

University of Groningen

De digitale stem van ouderen

Rengelink, Anouk

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2019

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Rengelink, A. (2019). *De digitale stem van ouderen: Experimenteel onderzoek naar het effect van het gebruik van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel*. . Science Shop, University of Groningen.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.



rijksuniversiteit
 groningen

De digitale stem van ouderen

Experimenteel onderzoek naar het effect van het gebruik van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel.



Anouk Rengeling

Wetenschapswinkel Taal, Cultuur en Communicatie

Juli 2019

Samenvatting

Wie weet het beste wat ouderen nodig hebben om op een plezierige manier langer thuis te blijven wonen? Dat zijn de ouderen (vijfenzestigplussers) natuurlijk zelf. Het Zorg Innovatie Forum (ZIF) vindt dat ouderen meer betrokken moeten worden bij beleidsontwikkeling en uitvoering vanuit bijvoorbeeld lokale overheden, woningbouwcorporaties en dergelijke. Om deze reden is het ZIF een digitaal Ouderenpanel gestart. Steeds meer ouderen maken gebruik van het internet en daarom is het nuttig om te onderzoeken hoe deze ouderen het beste bereikt kunnen worden.

In dit onderzoek wordt onderzocht wat de invloed is van een informatieve versus narratieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Narratieven, in het geval van dit onderzoek in de vorm van een verhaal, kunnen de overtuigingen, attitudes, intenties en het gedrag van de ontvanger beïnvloeden (Hoeken & Sinkeldam, 2014). De overtuigende werking van narratieven is voornamelijk te verklaren met behulp van de fenomenen transportatie en identificatie. Bij transportatie voelt de lezer een bepaalde betrokkenheid bij het verhaal en bij identificatie gaat het nog een stapje verder. De lezer wordt volledig verplaatst in het verhaal en hiermee verliest de lezer tijdelijk het zelfbewustzijn (Duizer, Koops van 't Jagt en Jansen, 2014).

De volgende onderzoeksvragen stonden in dit onderzoek centraal:

- a. Welke effecten heeft het lezen van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel?
- b. Welke effecten heeft het geslacht van de verteller van de narratieve tekst op de participanten?
- c. In hoeverre zijn de effecten van het lezen van een narratieve tekst, om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, te verklaren uit de mate van transportatie en identificatie?

In totaal hebben er 108 participanten deelgenomen aan dit onderzoek. De participanten zijn willekeurig verdeeld over een van de drie experimentele condities. De ouderen lazen de informatieve tekst (conditie 1) of een van de twee narratieve teksten. De narratieve tekst in conditie 2 werd verteld door een mannelijke verteller en in conditie 3 door een vrouwelijke verteller. Na het lezen van de tekst vulden zij een digitale vragenlijst in met vragen over thema's die zij belangrijk vonden en werden de variabelen attitude, transportatie, identificatie en intentie gemeten.

We verwachtten dat de participanten die de narratieve tekst lazen, positiever zouden zijn over het digitaal Ouderenpanel en eerder zouden meedoen, dan de ouderen die de informatieve tekst lazen (*hypothese 1 en 2*). Dit bleek echter niet zo te zijn. Juist de participanten uit de informatieve conditie waren positiever over het digitaal Ouderenpanel en wilden eerder deelnemen. De narratieve teksten hadden dus minder effect op het overtuigen van ouderen dan de informatieve tekst. Daarnaast voorspelden we dat transportatie en identificatie gepaard gaan met een positieve attitude en intentie (*hypothese 3 en 4*). Het bleek inderdaad zo te zijn dat hoe hoger de transportatie en identificatie score, hoe positiever de ouderen waren over het digitaal Ouderenpanel. Verder geldt ook dat een hogere transporteerbaarheid gepaard ging met een hogere deelname aan het digitaal Ouderenpanel, maar voor identificatie en intentie bleek dit niet zo te zijn. Ten slotte voorspelde *hypothese 5* dat het geslacht van de verteller in de narratieve tekst van invloed is op de attitude en de intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Wanneer de verteller van het narratief een man was, dan scoorden de mannen hoger op transportatie dan de vrouwen. Wanneer de verteller een vrouw was waren er geen verschillen tussen mannen en vrouwen voor transporteerbaarheid. Het geslacht van de verteller bleek niet van invloed te zijn op de attitude van ouderen tegenover het digitaal Ouderenpanel. Ook voor de daadwerkelijke deelname van ouderen blijkt het geslacht van de verteller geen invloed te hebben. Hypothese 5 is daarom verworpen.

De resultaten waren ook niet te verklaren vanuit het aantal thema's die participanten als belangrijk beschouwden. Als participanten aangaven meer thema's belangrijk te vinden, was het niet automatisch

zo dat zij ook eerder wilden deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. Eventueel zouden de resultaten te verklaren zijn vanuit self-efficacy. Self-efficacy houdt in dat wanneer mensen het gevoel hebben het gewenste gedrag te kunnen vertonen, zij ook eerder dit gedrag zullen uitvoeren. Het huidige onderzoek geeft echter geen antwoord op de rol van self-efficacy bij deelname van ouderen aan het digitaal Ouderenpanel.

Ondanks dat de resultaten niet overeenkwamen met de vooropgestelde hypothese, kan er toch erg tevreden terug worden gekeken op dit onderzoek. Maar liefst 57% van de ouderen heeft aangegeven deel te willen nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Dit betekent dat het digitaal Ouderenpanel met 52 panelleden is toegenomen.

Voor vervolgonderzoek wordt aangeraden om na te gaan of persuasieve communicatie middels een digitaal kanaal wel de juiste manier is om ouderen te bereiken. Op deze manier kan namelijk niet de gehele oudere bevolking worden bereikt. Daarnaast zal in de vragenlijst ook rekening moeten worden gehouden met de betrokkenheid van ouderen en de mate van self-efficacy. Het belangrijkste advies voor het Zorg Innovatie Forum is om de ouderen duidelijk te maken dat deelname aan het digitaal Ouderenpanel niet veel tijd kost. Wellicht dat zij op deze manier in de toekomst nog meer panelleden kunnen werven. Daarnaast is het ook erg belangrijk om het digitaal Ouderenpanel up-to-date te houden, dus om ook daadwerkelijk gebruik te maken van de panelleden voor verschillende vraagstukken.

Dit onderzoek is het eerste onderzoek gericht op narratieve overtuiging onder vijfenzestigplussers en ondanks de beperkingen van dit onderzoek zijn wij ervan overtuigd dat de resultaten van belang zijn voor de literatuur rondom narratieve overtuiging.

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	5
2	Theorie	7
2.1.	Persuasieve communicatie	7
2.2.	Entertainment Overcoming Resistance Model	8
2.3.	Narratieven	10
2.4.	Transportatie en identificatie	10
3	Onderzoeksmethode	13
3.1.	Experimenteel design.....	13
3.2.	Participanten.....	13
3.3.	Materiaal.....	14
3.3.1.	Teksten	14
3.3.2.	De vragenlijst	16
3.3.3.	Pre-test	17
3.4.	Procedures en instructies	17
3.5.	Analyse van de gegevens	17
4	Resultaten.....	19
4.1.	Informatief versus narratief op attitude.....	19
4.2.	Informatief versus narratief op intentie	19
4.3.	De rol van transportatie en identificatie bij attitude en intentie	20
4.4.	De rol van het geslacht van de verteller op attitude en intentie.....	21
4.5.	Belangrijke thema's onder ouderen	23
5	Conclusie en discussie	25
5.1.	Conclusie	25
5.2.	Beperkingen en aanbevelingen.....	27
6	Praktische adviezen.....	29
	Literatuurlijst	30
Bijlage 1	Informatieve tekst (conditie 1).....	32
Bijlage 2	Narratieve tekst (conditie 2)	33
Bijlage 3	Narratieve tekst (conditie 3)	34
Bijlage 4	Vragenlijst (conditie 1)	35
Bijlage 5	Vragenlijst (conditie 2 en conditie 3)	39

1 Inleiding

De gezondheidszorg in Nederland staat momenteel zwaar onder druk. Er hebben zich veel veranderingen voorgedaan, waaronder de decentralisering van de zorg en de transformatie van zorgstaat naar participatiesamenleving. Tegelijkertijd neemt de zorgvraag en daarmee de kosten toe, met als oorzaak vergrijzing en een toename in het aantal chronisch zieken. Desondanks wordt er van ouderen verwacht langer thuis te blijven wonen, ook wanneer zij met kwetsbaarheid te maken krijgen (Anders Oud, n.b.). Het is belangrijk om te weten wat ouderen nodig hebben om langer thuis te kunnen blijven wonen. Ouderen moeten daarom meer betrokken worden bij beleidsontwikkeling en uitvoering vanuit lokale overheden, woningbouwcorporaties en dergelijke. Om de mening van ouderen te inventariseren over bepaalde thema's die spelen, is het Zorg Innovatie Forum een digitaal Ouderenpanel gestart. Het Zorg Innovatie Forum (ZIF) is een onafhankelijke netwerkorganisatie en een initiatief van ruim 40 zorgaanbieders, organisaties uit het sociale domein, woningbouwcorporaties, kennisinstellingen en burgerinitiatieven. Hierbij ligt de focus op ontwikkelingen die ervoor zorgen dat mensen langer zelfstandig thuis kunnen wonen, effectieve ouderenzorg en jeugdgezondheid (Zorg Innovatie Forum, 2019).

Ouderen zijn niet opgegroeid in een wereld van smartphones en computers. Toch zijn er veel ouderen die toegang tot het internet hebben. Het CBS (2016) meldde dat in 2016 zo'n 60 procent van de 75-plussers thuis internettoegang had en de helft maakte hier ook gebruik van. Voor ouderen tussen de 65 en 75 jaar geldt dat maar liefst 92 procent gebruikt maakt van het internet. Ouderen zijn vaak bang voor het onbekende en kunnen argwanend zijn bij verschillende links en advertenties op internet. Het is daarom nuttig om te onderzoeken hoe ouderen het beste bereikt kunnen worden als het gaat om ouderen te motiveren deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Het gebruik van verschillende tekstsoorten, zoals bijvoorbeeld een verhaal, nieuwsbericht of betoog, kan een nuttig middel zijn om de attitude van ouderen te veranderen (Hoeken, Hornikx, Hustinx, 2012), en hen tegelijkertijd te motiveren deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel. In dit onderzoek zal een onderscheid worden gemaakt tussen informatieve en narratieve teksten.

Narratieven, hetzij in de vorm van korte verhalen, boeken, televisieseries of films, kunnen de overtuigingen, attitudes, intenties en het gedrag van de ontvanger beïnvloeden (Hoeken & Sinkeldam, 2014). Narratieven worden verteld uit de ogen van een personage en maken het mogelijk voor de lezer om zichzelf te verliezen in het verhaal. Dit in tegenstelling tot *informatieve teksten*, waarbij de tekst gericht is op het informeren van de lezer over een bepaald onderwerp en daarbij uitleg te verschaffen. Er zijn verschillende fenomenen die medeverantwoordelijk zijn voor de invloed van narratieven op de ontvanger, waaronder *identificatie* en *transportatie*. Transportatie en identificatie zijn nauw verwant met elkaar, maar verschillen toch op een aantal punten. Zo gaat het bij identificatie om een affectief en cognitief proces waarbij in zeker mate het zelfbesef verdwijnt, omdat de lezer wordt meegesleept en zich voorstelt een van de personages van het verhaal te zijn. Bij transportatie behoudt de lezer zijn eigen perspectief en is hij een observant in de narratieve wereld. (Duizer e.a., 2014).

Het doel van dit onderzoek is om na te gaan wat de invloed van een informatieve versus narratieve tekst is op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel van het Zorg Innovatie Forum. Daarnaast wordt er ook gekeken wat de invloed van het geslacht van de verteller is op de participanten en in hoeverre de effecten van het lezen van een narratieve tekst te verklaren zijn uit de mate van transportatie en identificatie.

Er zijn een drietal onderzoeksvragen geformuleerd voor dit onderzoek:

- a. Welke effecten heeft het lezen van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel?
- b. Welke effecten heeft het geslacht van de verteller van de narratieve tekst op de participanten?
- c. In hoeverre zijn de effecten van het lezen van een narratieve tekst, om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, te verklaren uit de mate van transportatie en identificatie?

In het volgende hoofdstuk wordt de theorie geschetst aan de hand van belangrijke wetenschappelijke publicaties over persuasieve communicatie in het algemeen, narratieve overtuiging, transportatie en identificatie. Hoofdstuk 3 beschrijft de onderzoeksmethode. Vervolgens zullen opeenvolgend de resultaten, conclusie en discussie aan bod komen.

2 Theorie

In het huidige onderzoek wordt onderzocht wat het effect van een informatieve versus narratieve tekst is op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Het is daarom allereerst van belang om inzichtelijk te krijgen wat overtuiging inhoudt en wat de rol van attitude en intentie is bij gedragsverandering. Hierbij wordt het Entertainment Overcoming Resistance Model als theoretisch model gebruikt. Dit model geeft een verklaring voor de overtuigende werking van narratieven, wat voornamelijk ligt in de transportatie en identificatie van de lezer tijdens het lezen van het verhaal. Deze termen zullen later in dit hoofdstuk verder worden toegelicht.

2.1. Persuasieve communicatie

De effecten van persuasieve communicatie zijn al uitgebreid beschreven, onder andere door O'Keefe (2002). Overtuiging wordt in het Engels met de term *persuasion* aangeduid. O'Keefe (2002) definieert deze term als volgt:

“A successful intentional effort at influencing another's mental state through communication in a circumstance in which the persuadee has some measure of freedom.” (pp. 5)

Bij beïnvloeding vindt er dus een verandering plaats in de mentale toestand van de persoon die overtuigd wordt. Het gedrag wordt niet rechtstreeks beïnvloed, maar het betreft eerder een soort attitude-aanpassing. O'Keefe (2002) beschrijft de term *attitude* als iemands algemene evaluatie van een object. Attitudes zijn aangeleerd, zijn redelijk blijvend en attitudes kunnen gedrag beïnvloeden. In plaats van de richting of de extremiteit van een attitude te beïnvloeden, wordt juist een andere eigenschap van de houding beïnvloed, zoals bijvoorbeeld zijn opvallendheden (bekendheid, toegankelijkheid), de zekerheid waarmee hij wordt gehouden en de mate waarin hij is gekoppeld aan andere attitudes. Bijvoorbeeld wanneer ontvangers al een positieve houding hebben ten opzichte van iemands product, kan een persuasieve boodschap ervoor zorgen dat de attitudes op het juiste moment opvallend (geactiveerd) zijn. Dit kan gebeuren door de ontvangers op de een of andere manier, op het juiste moment, aan hun attitudes te herinneren. Zo maakt het voor een winkelier niet uit of zijn klanten tijdens het autorijden aan zijn producten denken, maar het maakt wel uit welke attitudes geactiveerd worden tijdens het doen van de boodschappen. Daarom worden de overtuigende advertenties geplaatst voorafgaand aan de aankoop van een product.

Naast attitudes zijn ook *normatieve overwegingen* en *self-efficacy* mentale toestanden van personen die erkend worden als *potential persuasion targets* (O'Keefe, 2002). O'Keefe (2002) maakt voor normatieve overwegingen een onderscheid tussen *descriptive* en *subjective norms*. *Descriptive norms* houdt in dat de perceptie van wat de meeste mensen doen, de eigen acties kunnen beïnvloeden. Bijvoorbeeld de perceptie van hoeveel mensen een bepaald product kopen heeft invloed op de eigen actie om het product wel of niet te kopen. De *subjective norms* is juist de perceptie van de persoon dat gelijkgestemden verlangen naar de uitvoering van het gedrag. Oftewel dat er steeds meer van ons verlangd wordt om duurzame producten aan te schaffen en de mening van anderen, voor mij belangrijke personen, als ik deze duurzame producten niet aanschaf. Daarnaast is ook self-efficacy erg belangrijk bij persuasieve communicatie. O'Keefe (2002) definieert self-efficacy als “de perceptie van het vermogen van de persoon om bepaald gedrag te kunnen vertonen”. Mensen die het gevoel hebben het gewenste gedrag te kunnen vertonen, zullen dit ook eerder aannemen.

Attitudeverandering is dus een middel tot gedragsverandering. Ook gedragsverandering is een belangrijk aspect van overtuiging, omdat niet alleen de houding moet worden veranderd: je wilt ook uiteindelijk dat de persoon het gewenste gedrag gaat vertonen. Verschillende beslissingen die iemand maakt, van welk product iemand koopt tot welke partij iemand steunt, zijn dus duidelijk onderhevig aan verandering in attitudes. Het is van groot belang dat de persoon de intentie heeft om bepaald gedrag uit te voeren. Je kunt namelijk nog zo'n positieve attitude hebben, maar als de intentie ontbreekt om bepaald gedrag uit te voeren, dan is de kans klein dat het gewenste gedrag uiteindelijk wordt uitgevoerd. Echter gaat een positieve attitude vaak gepaard met de intentie om gewenst gedrag

uit te voeren. Dus wanneer je positief staat tegenover het belang van duurzaam eten, dan zal je sneller duurzame producten aanschaffen dan weer je negatief tegenover duurzaam eten staat.

Overtuigen is dus een kwestie van inspelen op persuasion targets, zoals attitudes, normatieve overwegingen en self-efficacy. Maar het kan soms ook voorkomen dat personen niet overtuigd willen worden. Er zal dan weerstand tegen de persuasieve boodschap ontstaan. Knowles en Linn (2004) zeggen dat weerstand in de psychologie een dubbele definitie heeft gekregen. Enerzijds definieert het een uitkomst, namelijk niet gevoelig zijn voor de druk om te veranderen. Anderzijds identificeert het een 'motivational state', namelijk de motivatie om te verzetten en tegendruk te bieden aan de druk om te veranderen. Weerstand bieden tegenover een persuasieve invloed kost vaak veel moeite. Weerstand is namelijk niet alleen een cognitief proces dat plaatsvindt onder gespecificeerde omstandigheden, het is ook een reactie die optreedt wanneer iemand voldoende gemotiveerd is om tegen de invloed van de persuasion in te gaan (Burkley, 2008). Als weerstand een effectieve doelgerichte actie is, vereist dit waarschijnlijk ook zelfbeheersing. Zelfbeheersing wordt volgens Burkley (2008) gezien als de actieve remming van ongewenste reacties die het behalen van gewenste doelen zouden kunnen verstoren. Zelfbeheersing is geen eindeloze bron. Door uitputting van deze bron zal de zelfbeheersing afnemen en zijn personen eerder te beïnvloeden dan wanneer de zelfbeheersing nog niet in verre mate is uitgeput. Een voorbeeld van uitputting van deze bron is bijvoorbeeld dat een groep mensen is gevraagd geen emoties te uiten tijdens het kijken van een humoristische video (Burkley, 2008). Deze participanten vertoonden, ten opzichte van de participanten die wel emoties mochten tonen, een prestatieverlaging bij een volgende zelfcontrole-taak (het zo lang mogelijk vasthouden van een handgreep). Burkley (2008) stelt dat zelfbeheersing op een spier lijkt. Als een persoon de zelfbeheersing slijt door middel van een bepaalde taak, kan dit leiden tot het verlies van zelfbeheersing bij een volgende taak. Door uitputting van de zelfbeheersing kunnen mensen naar verloop van tijd bezwijken aan de invloeden die ze anders zouden hebben kunnen weerstaan. Weerstand bieden is dus een continu proces, waarbij zelfbeheersing afneemt naar mate dit steeds verder wordt uitgeput. Door het afnemen van deze zelfbeheersing, zijn mensen slechter in staat om weerstand te bieden en zullen zij naar verloop van tijd bezwijken aan bepaalde invloeden die zij anders hadden weten te weerstaan.

Een model dat de verschillende vormen van weerstand bij persuasieve communicatie uitlegt, is het Entertainment Overcoming Resistance Model (EORM). Dit model wordt in de volgende paragraaf verder toegelicht.

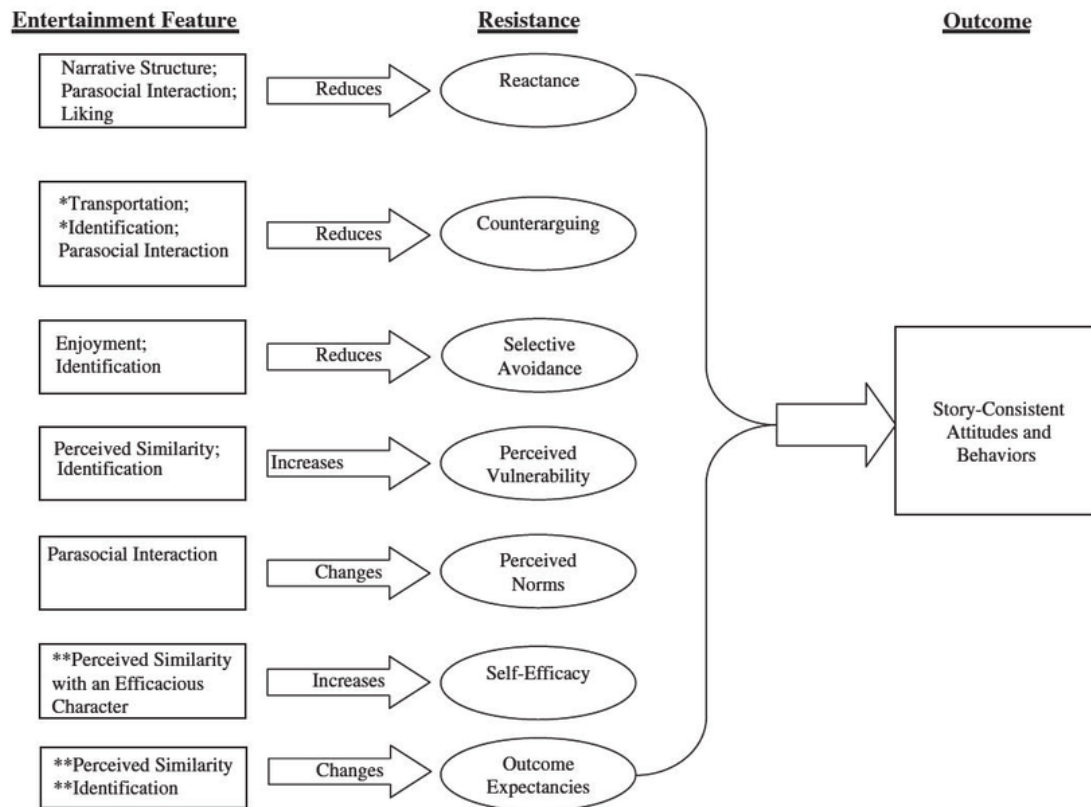
2.2. Entertainment Overcoming Resistance Model

Het *Entertainment Overcoming Resistance Model* (EORM) is een geschikt model om te onderzoeken hoe attitudes en gedragingen kunnen worden beïnvloed (Moyer-Gusé & Nabi, 2010). Dit model is voortgekomen uit het *Extended Elaboration Likelihood Model* (E-ELM).

Het E-ELM richt zich in het bijzonder op het vermogen van E-E-programma's (edutainment-education) om de bericht nauwkeurigheid te verminderen. Dit is een bron van weerstand tegen een persuasieve boodschap met betrekking tot tegenargumenten. Traditioneel gezien verwijst E-E naar amusement programma's die zijn ontworpen om een bekend, prosociaal effect op de kijkers uit te oefenen, zoals bijvoorbeeld het verschaffen van informatie, het verminderen van stereotypering en het promoten van gezond gedrag. Het E-ELM stelt dat kijkers, wanneer ze opgaan in de dramatische elementen van een entertainmentprogramma, minder gemotiveerd zijn om tegenwicht te bieden tegen de ingebede, overtuigende boodschap.

Er bestaan ook verschillende andere vormen van weerstand tegen *persuasion*, die misschien net zo of zelfs nog kritischer zijn over waarom sommige overtuigende berichten falen. Om deze reden is het *Entertainment Overcoming Resistance Model* (EORM) ontwikkeld. Dit model gaat na hoe E-E-programma's verschillende vormen van weerstand kunnen overwinnen (Moyer-Gusé & Nabi, 2010). Het doel van dit model is om te onderzoeken hoe elke vorm van betrokkenheid kan helpen om weerstand te overwinnen, resulterend in overtuigende effecten (Moyer-Gusé, 2008).

In figuur 1 is het EORM afgebeeld. Uitkomsten van dit model zijn gebaseerd op theorieën als het E-ELM en de Social Cognitive Theory van Bandura (1986). Het behandelt elk van de constructies afzonderlijk om hun unieke bijdrage aan de entertainment-educatie-effecten te begrijpen. Het EORM is voornamelijk gericht op entertainment-educatie, maar ook erg nuttig om de weerstand tegen persuasieve boodschappen voor geschreven teksten te begrijpen.



Figuur 1. Entertainment Overcoming Resistance Model.

In totaal bevat het model zeven verschillende ‘entertainment features’, die aan de linkerkant onder elkaar zijn weergegeven. De ‘entertainment features’ zijn verschillende functies van media entertainment, welke de overtuigende effecten van E-E kunnen verklaren. Het model laat zien wat voor effect de entertainment feature heeft op de weerstand. De zeven entertainment features zijn onderstaand toegelicht:

1. De narratieve structuur van E-E-programma's stimuleert de betrokkenheid bij de verhaallijn. Daarnaast verwijst *parasocial interaction* naar de interactie tussen een toeschouwer en mediafiguur, zodanig dat er een parasociale relatie ontstaat waarbij de (schijn) relatie niet wordt beantwoord door het mediakarakter. *Liking* is de positieve evaluatie van een karakter. Deze drie kenmerken reduceren de *reactance*. Dit is de weerstand tegen de perceptie dat de gedragsvrijheid wordt bedreigd.
2. Transportatie, identificatie en *parasocial interaction* reduceren het geven van tegenargumenten.
3. Het genot van een E-E-programma en identificatie reduceren de selectieve vermijding. Individuen bieden dan weerstaand door bepaalde inhoud selectief te vermijden.
4. Identificatie en waargenomen gelijkens zorgen ervoor dat de waargenomen kwetsbaarheid toeneemt. Dit gebeurt wanneer de lezer zich met het personage identificeert en dit personage ook met kwetsbaarheid te maken heeft.
5. *Parasocial interaction* kan de waargenomen normen van personen veranderen, omdat zij de normen van het mediakarakter, waarmee zij een parasociale relatie voelen, overnemen.

6. Waargenomen gelijkenis zorgt voor een toename van de self-efficacy. Oftewel wanneer een mediakarakter in staat is bepaalde taken uit te voeren, dan voelt de toeschouwer, mits waargenomen gelijkenis optreedt, dit ook.
7. Waargenomen gelijkenis en identificatie veranderen de uitkomstveranderingen. Uitkomstverwachtingen verwijzen naar de percepties van de waarneming van de consequenties (positief en/of negatief) die waarschijnlijk het gevolg zijn van bepaald gedrag.

Voornamelijk transportatie, identificatie en waargenomen gelijkenis zijn belangrijke entertainment features voor het huidige onderzoek. Een verdere toelichting op deze termen is te vinden in paragraaf 2.4.

2.3. Narratieven

Er zijn al veel onderzoekers geweest die hebben onderzocht wat voor effect verschillende boodschappen op participanten hebben (bijvoorbeeld Hoeken, 2014; Green, 2004; Moyer-Gusé, 2010). In dit huidige onderzoek kijken we naar narratieve versus informatieve teksten. Narratieven kunnen ook wel gezien worden als verhalen. Duizer e.a. (2014) beschrijft verhalen als volgt: “Verhalen worden verteld om elkaar te amuseren, om elkaar op een indirecte manier iets belangrijks duidelijk te maken en om elkaar ergens van te overtuigen”. In dit onderzoek worden geschreven narratieven als uitgangspunt genomen, maar narratieven en informatieve boodschappen kunnen ook in de vorm van video’s worden overgebracht naar mensen. McQueen, Kreuter, Kalesan, Alcaraz (2011) onderzochten het effect van een narratieve versus informatieve video over borstkanker op de berichtverwerking, attitude en overtuigingen van Afrikaanse vrouwen. Hieruit bleek dat vrouwen die de narratieve video te zien kregen, eerder positieve en negatieve effecten ervoeren dan vrouwen die de informatieve video zagen. Zij waren meer betrokken bij de boodschap en gingen ook praten met familieleden waardoor de boodschap nog verder werd verspreid.

Zoals eerder aangegeven kunnen narratieven gebruikt worden om mensen te overtuigen. Dit kunnen we ook aanduiden met de term *narratieve overtuiging*. Een verklaring van de overtuigende werking van narratieven kan volgens Moyer-Gusé en Nabi (2010) zijn dat de lezer (of kijker of luisteraar) de neiging heeft om het gedrag van een of meer personages in het verhaal te beschouwen als voorbeeldgedrag. Hierbij speelt de *Social Cognitive Theory* van Bandura (1986) een rol. Deze stelt dat gedrag van anderen wat beloond wordt, een positieve motivatie levert om datzelfde gedrag ook te gaan vertonen (Duizer e.a., 2014). Een andere verklarende werking voor de persuasieve effecten van narratieven zijn volgens Duizer e.a. (2014) dat het voor een weerstandsvermindering zorgt die de lezer ervaart tegen de druk van anderen om zijn gedrag te veranderen. Dit komt overeen met de theorie van het Entertainment Overcoming Resistance Model van Moyer-Gusé & Nabi (2010) dat in de vorige paragraaf is besproken.

Op basis van de theorie over narratieven, narratieve overtuiging, de Social Cognitive Theory (Bandura, 1986), en het Entertainment Overcoming Resistance Model (Moyer-Gusé & Nabi, 2010), kunnen onderstaande hypothesen geformuleerd worden.

Hypothese 1. Participanten die de narratieve tekst lezen scoren een positievere attitude score ten aanzien van een digitaal Ouderenpanel, dan participanten die de informatieve tekst lezen.

Hypothese 2. Participanten die de narratieve tekst lezen zullen een positievere intentie hebben om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, dan participanten die de informatieve tekst lezen.

2.4. Transportatie en identificatie

Een manier waarmee de weerstand tegen een persuasieve boodschap kan worden verminderd met een verhaal, is te verklaren vanuit de *transportatie* van de lezer (Duizer e.a., 2014). Green en Brock (2000) gebruiken voor hun omschrijving van het begrip transportatie de definitie van Gerrig (1993):

“Someone ("the traveler") is transported, by some means of transportation, as a result of performing certain actions. The traveler goes some distance from his or her world of origin, which makes some aspects of the world of origin inaccessible. The traveler returns to the world of origin, somewhat changed by the journey.”
(pp. 10-11)

Bij transportatie heeft de lezer een bepaalde mate van betrokkenheid bij het verhaal. Bij deze *narratieve betrokkenheid* kan een onderscheid gemaakt worden tussen vier dimensies, namelijk narratief begrip, aandacht focus, emotionele betrokkenheid en verhalende aanwezigheid (Murphy, Frank, Chatterjee, Baezconde-Garbanati, 2013). Transportatie naar de narratieve wereld wordt geassocieerd met minder tegenargumenten en meer verhaal-consistente overtuigingen (Moyer-Gusé, Chung & Jain, 2011). Mazzocco, Green, Sasota en Jonas (2010) vonden een verband tussen transporteerbaarheid en attitudes bij een verhaal dat tolerantie jegens homoseksuelen bevorderde, met mediërende factoren van emotionele en empathische reacties, in plaats van rationalistische beoordelingen. Transportatie kan gezien worden als de theoretische constructie die het sterkst verband houdt met veranderingen in kennis, attitudes en gedrag (Murphy, Frank, Moran, Patnoe-Woodley, 2011). Daarnaast vertonen lezers met een hoge transportatie meer verhaal-consistente overtuigingen dan lezers met een lage transportatie (Green, 2004).

Waarbij je bij transportatie een bepaalde mate van betrokkenheid voelt bij het verhaal, wordt je bij *identificatie* volledig verplaatst in het verhaal. Dit verwijst naar een gevoel van meegesleept worden in het verhaal van de verteller en een tijdelijk verlies van het zelfbewustzijn (Duizer e.a., 2014). De mate waarin mensen zich identificeren met een personage heeft invloed op de mate waarin mensen emoties ervaren. Deze emoties hebben op hun beurt weer invloed op de houding ten opzichte van de kwestie die beïnvloed wordt (Hoeken & Sinkeldam, 2014). Voor de definitie van identificatie wordt het artikel van Tal-Or en Cohen (2010) aangehouden:

“When identifying with a character a person imagines him or herself to be that character, a process that involves feeling empathy and affinity towards that character (affective empathy component) and adopting the character’s goals and point of view within the narrative (cognitive empathy component).” (pp. 404)

Transportatie en identificatie zijn dus nauw verwant, maar bij identificatie gaat het nog een stapje verder. Kort gezegd ziet de lezer bij transportatie de narratieve wereld door de ogen van een observant en bij identificatie stelt de lezer zich voor dat hij een van de personages in het verhaal is (Duizer e.a., 2014). Bovenstaande literatuur leidt tot de volgende hypothesen:

Hypothese 3a. Hoe meer transportatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe positiever de score voor attitude ten opzichte van het digitaal Ouderenpanel.

Hypothese 3b. Hoe meer identificatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe positiever de score voor attitude ten opzichte van het digitaal Ouderenpanel.

Hypothese 4a. Hoe meer transportatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe eerder participanten geneigd zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Hypothese 4b. Hoe meer identificatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe eerder participanten geneigd zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Een belangrijk begrip als het gaat om identificatie is *perceived similarity*, oftewel waargenomen gelijkenis. Individuen lijken namelijk gemakkelijker gedrag aan te nemen dat wordt gedemonstreerd door personages die zij als zichzelf beschouwen (Murphy e.a., 2013). Volgens Moyer-Gusé (2008) wordt *perceived similarity* vaak gezien als voorwaarde voor identificatie, maar dit is toch een apart concept. Gelijkenis verwijst namelijk naar een cognitieve beoordeling van wat iemand gemeen heeft met het personage in het verhaal. Daarentegen wordt identificatie juist gekenmerkt door empathie, gedeelde emotie en verlies van het zelfbewustzijn.

De waargenomen gelijkenis kan verwijzen naar fysieke kenmerken, demografische variabelen, overtuigingen, persoonlijkheid of normen en waarden (Moyer-Gusé, 2008). Bij fysieke kenmerken kan er bijvoorbeeld gedacht worden aan geslacht. Het geslacht van de verteller van de narratieve

boodschap kan dus ook van invloed zijn op de lezer van de narratieve tekst, maar hier is nog niet veel onderzoek naar gedaan. Wel hebben Dearborn, Panzer, Burleson, Hornung, Waite en Into (2006) onderzocht wat het effect van geslacht is op de drie sleutelementen van communicatie met ouderen: effectiviteit van de communicatie, waargenomen relevantie voor het individu en effect van geslachtsstereotype inhoud. In dit onderzoek werd de effectiviteit gemeten op basis van het vermogen om de belangrijkste kenmerken (risico's) te identificeren en proefpersonen werd gevraagd om de relevantie te beoordelen (plausibiliteit). Hieruit bleek dat participanten een significant hoger aantal risico's konden identificeren bij een vrouwelijke vertelstem. Dit onderzoek suggereert dat het geslacht van de spreker de effectiviteit van de communicatie met ouderen beïnvloedt. We vermoeden daarom binnen het huidige onderzoek dat het geslacht van de verteller van invloed is op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, maar wat voor effect is onduidelijk. Dit leidt tot de laatste hypothese van dit onderzoek:

Hypothese 5. Het geslacht van de verteller in de narratieve tekst is van invloed op de attitude en de intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

We willen in dit onderzoek dus graag te weten komen wat de invloed van een narratieve versus informatieve tekst is op de attitude en intentie om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel. We zijn daarnaast ook geïnteresseerd in de rol die transportatie en identificatie heeft in narratieve teksten op de attitude en intentie van ouderen. Om dit te testen is er een experiment opgezet. Hoe dit experiment precies is opgezet is te vinden in hoofdstuk 3 Onderzoeksmethode.

3 Onderzoeksmethode

Om na te gaan of we de vijf geformuleerde hypothesen mogen aanhouden, is er een experiment opgezet. Dit experiment bestaat uit een digitale vragenlijst over hoe ouderen gezond en gelukkig oud willen worden en het digitaal Ouderenpanel. In dit hoofdstuk wordt allereerst het experimentele design voor het onderzoek uiteengezet. Vervolgens worden de participanten en het materiaal besproken. Daarna zal in de procedure aan bod komen hoe het onderzoek is uitgevoerd. Het methodehoofdstuk wordt afgesloten met een toelichting op de keuzes voor de statistische analyses.

3.1. Experimenteel design

Om te meten of er een significant verschil bestaat tussen narratieve versus informatieve teksten op attitude en intentie om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel, zijn er een drietal teksten opgesteld. De condities kunnen als volgt worden weergegeven:

1. Conditie 1: Informatieve tekst
2. Conditie 2: Narratieve tekst met een mannelijke verteller
3. Conditie 3: Narratieve tekst met een vrouwelijke verteller

Een toelichting op de verschillende teksten komt aan bod in paragraaf 3.3.1.

De participanten worden willekeurig blootgesteld aan een van de drie condities. Allereerst beantwoorden zij een aantal demografische vragen, waarna zij een van de drie teksten te lezen krijgen. Vervolgens beantwoorden zij een vragenlijst. De onafhankelijke variabelen die worden gemanipuleerd zijn tekstsoort (narratief versus informatief) en geslacht van de verteller (man versus vrouw). Geslacht van de verteller van de tekst wordt alleen gemanipuleerd in conditie 2 en conditie 3. In het onderzoek wordt tussen proefpersonen gemanipuleerd. De twee afhankelijke variabelen voor dit onderzoek zijn attitude ten opzichte van een digitaal Ouderenpanel en de intentie tot deelname aan het digitaal Ouderenpanel. Ook zijn er nog twee mediërende variabelen, namelijk transportatie en identificatie.

3.2. Participanten

De populatie voor dit onderzoek betreft alle senioren in de noordelijke provincies (Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel). In dit onderzoek zien we senioren als ouderen die vijfenzestigplus zijn. Een belangrijk vereiste aan de ouderen is dat zij een computer, laptop, smartphone of tablet ter beschikking hebben en digitaal capabel genoeg zijn om deel te nemen aan het onderzoek. Het betreft immers een digitale vragenlijst over een mogelijke deelname in een digitaal ouderenpanel.

De participanten zijn op verschillende manieren geworven. Allereerst is er gekozen om de ouderen te werven via sociale media, om zo verzekerd te zijn van het feit dat de ouderen digitaal capabel zijn. Steeds meer ouderen maken gebruik van sociale media. Zo geeft 64% van de ouderen tussen de 65-75 jaar actief te zijn op sociale media (CBS, 2017). Verschillende Facebookpagina's gericht op senioren en partners van het Zorg Innovatie Forum zijn benaderd met de vraag om het onderzoek te delen onder hun volgers. Daarnaast is het onderzoek ook verspreid binnen de eigen omgeving en het netwerk van de onderzoeker. Zowel het benaderen van participanten via sociale media, als het verspreiden van de vragenlijst binnen eigen kring kan gekenmerkt worden als een gemakssteekproef.

Verder zijn ook de huidige panelleden, plus minus zeventig personen, benaderd over het feit dat het digitaal Ouderenpanel weer is opgepakt. Ook is gevraagd om het onderzoek te delen binnen hun netwerk en omgeving. Op deze manier kan een sneeuwboleffect gecreëerd worden. Vermeulen (2018) definieert het sneeuwboleffect als “de benaming voor een situatie waarin een gebeurtenis zichzelf steeds verder versterkt, te vergelijken met een sneeuwbal die bij het bergafwaarts rollen steeds groter wordt en steeds sneller naar beneden rolt”. Zo ook in dit geval, waarin huidige panelleden hun omgeving op de hoogte stellen van dit onderzoek en die ouderen op hun beurt weer andere mensen op de hoogte stellen.

In totaal hebben er 108 participanten deelgenomen aan het onderzoek (zie tabel 1), waarvan 58 vrouwen (54%) en 50 mannen (46%). De verdeling van het geslacht per conditie is te vinden in tabel 1. De jongste participant was 65 jaar en de oudste participant 87 jaar. De gemiddelde leeftijd van de steekproef was 72 jaar met een standaardafwijking van 5.19. Het grootste gedeelte van de participanten was woonachtig in Drenthe (47%). Groningen stond op de tweede plaats, waarna Friesland en Overijssel. De meeste participanten wonen in een dorp (54%). De rest van de participanten wonen in een stad (41%) of op het platteland (6%). Maar liefst 64% van de participanten woont samen met een echtgenoot of partner. De andere 35% woont zelfstandig.


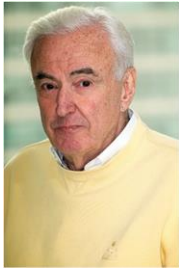

		Conditie 1	Conditie 2	Conditie 3	Totaal
Totaal		30(28%)	39(36%)	39(36%)	108(100%)
Geslacht	<i>Vrouw</i>	20(67%)	17(44%)	21(54%)	58(54%)
	<i>Man</i>	10(33%)	22(56%)	18(46%)	50(46%)
Leeftijd		71.63(4.72)	72.10(3.40)	73.56(6.38)	72.48(5.19)
Provincie	<i>Drenthe</i>	15(50%)	20(51%)	16(41%)	51(47%)
	<i>Friesland</i>	3(10%)	4(10%)	5(13%)	12(11%)
	<i>Groningen</i>	10(33%)	11(28%)	12(31%)	33(31%)
	<i>Overijssel</i>	2(7%)	4(10%)	6(15%)	12(11%)
Woonomgeving	<i>Stad</i>	10(33%)	15(38%)	19(49%)	44(41%)
	<i>Dorp</i>	19(63%)	20(51%)	19(49%)	58(54%)
	<i>Platteland</i>	1(3%)	4(10%)	1(3%)	6(6%)
Woonsituatie	<i>Samenwonend</i>	18(60%)	25(64%)	26(67%)	69(64%)
	<i>Zelfstandig</i>	12(40%)	14(36%)	12(31%)	38(35%)
	<i>Overig</i>	0(0%)	0(0%)	1(3%)	1(1%)

Tabel 1. Verdeling van de proefpersonen in de steekproef.

3.3. Materiaal

3.3.1. Teksten

In totaal zijn er drie verschillende versies van de tekst gemaakt over hoe ouderen gezond en gelukkig oud willen worden en het belang van een digitaal Ouderenpanel. Tabel 2 laat een stuk uit de drie versies zien, om zo de verschillen tussen de condities aan te geven. De volledige teksten zijn te vinden in bijlage 1, 2 en 3. De eerste versie betreft een informatieve tekst. De andere twee versies betreffen een narratieve tekst, waarbij versie 2 een mannelijke verteller heeft en versie 3 een vrouwelijke verteller. De narratieve tekst is geschreven met behulp van Anjo Geluk-Bleumink. Zij is betrokken bij Denktank 60+ Noord en daarom op de hoogte van alle thema's die momenteel spelen onder ouderen. Op basis van de narratieve tekst is de informatieve tekst geformuleerd. De teksten beginnen met de veranderingen in de zorg en de problemen waar ouderen tegenwoordig tegenaan kunnen lopen. In het geval van de tekst gaat dit over het tekort aan bankjes onderweg en bankjes met verkeerde afmetingen. Vervolgens komt het belang van het digitaal Ouderenpanel aan bod. Hier krijgen de participanten een idee van wat er van een panellid wordt verwacht en wat voor positieve effecten het heeft om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Conditie	Voorbeeld tekst
Conditie 1 Informatief	<p>Het digitaal Ouderenpanel, een initiatief van het Zorg Innovatie Forum</p>  <p>De zorg is de afgelopen jaren aanzienlijk veranderd. De decentralisering van de zorg en de verandering van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving zijn hier voorbeelden van. Er wordt verwacht dat ouderen steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer zij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen.</p>
Conditie 2 Mannelijk narratief	<p>Wim Jansen (75 jaar), woonachtig in Beilen, Drenthe – Panellid digitaal Ouderenpanel, Zorg Innovatie Forum</p>  <p>“Ik merk heel erg dat de zorg de laatste jaren om mij heen is veranderd. Wij leven tegenwoordig in een participatiesamenleving en niet meer in de verzorgingsstaat van vroeger. De verzorgingshuizen sluiten en de huisartsenposten verdwijnen op het platteland. Er wordt van ons verwacht dat wij steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer wij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen.”</p>
Conditie 3 Vrouwelijk narratief	<p>Anita Jansen (75 jaar), woonachtig in Beilen, Drenthe – Panellid digitaal Ouderenpanel, Zorg Innovatie Forum</p>  <p>“Ik merk heel erg dat de zorg de laatste jaren om mij heen is veranderd. Wij leven tegenwoordig in een participatiesamenleving en niet meer in de verzorgingsstaat van vroeger. De verzorgingshuizen sluiten en de huisartsenposten verdwijnen op het platteland. Er wordt van ons verwacht dat wij steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer wij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen.”</p>

Tabel 2. Verschillen tussen de drie versies.

Er is gestreefd om de teksten inhoudelijk niet tot nauwelijks van elkaar te laten verschillen, om er zo voor te zorgen dat eventuele effecten niet aan andere zaken ontleent kunnen worden. De inhoud van de teksten is hetzelfde, alleen verschillen deze op zinsniveau. In de informatieve tekst wordt de informatie algemeen overgebracht en in de narratieven vanuit het perspectief van de verteller. Daarnaast is ook gekozen om een afbeelding toe te voegen aan de teksten, omdat dit een realistischer beeld schept. Adaval, Isbell en Wyer (2006) schrijven dat lezers de indruk over een bepaald persoon baseren op zowel verbale (tekst) als visuele (afbeeldingen) informatie. De afbeelding in de informatieve tekst betreft een neutrale foto van twee ouderen op een bankje. De afbeeldingen van de narratieve teksten betreffen een fictieve foto van de verteller. Het verschil tussen de mannelijke verteller (conditie 2) en vrouwelijke verteller (conditie 3) is dus de fictieve foto van de verteller en de kop van de tekst waar de naam van de verteller staat. Dit is voor conditie 2 Wim Jansen en voor conditie 3 Anita Jansen.

3.3.2. De vragenlijst

De vragenlijst bestaat in totaal uit 21 vragen (zie bijlage 4 en bijlage 5). Voordat de participanten de tekst uit een van de drie condities te lezen kregen, moesten ze eerst een vijftal demografische vragen beantwoorden. Dit waren vragen over geslacht, geboortjaar, provincie, woonomgeving en woonsituatie. Deze vragen maakten het mogelijk om participanten die niet binnen de populatie vielen, te verwijderen uit de steekproef. Ook was de vraag over geslacht belangrijk bij het meten van de effecten van transportatie en identificatie.

Na het lezen van de tekst kregen de ouderen een vraag te zien over thema's die spelen onder ouderen. De participanten kregen de mogelijkheid om de thema's die zij belangrijk vonden te selecteren. Vervolgens werd de attitude met betrekking tot een digitaal Ouderenpanel gemeten met behulp van twee semantische differentiaal en twee vijfpunts-likertschaal vragen. Een voorbeeld van zo'n semantische differentiaal is: "*Een digitaal Ouderenpanel vind ik...*" met schalen als *onveilig-veilig*, *slecht-goed*, *moeilijk-makkelijk*, enzovoort. De attitudevragen hadden een cronbach's alpha van 0.84.

Nadat de attitude was gemeten, kregen de participanten de vragen over transportatie. Deze vragen zijn afgeleid van het onderzoek van Green en Brock (2000). Zij gebruikten 15 vragen over transportatie met een cronbach's alpha van 0.76. Een aantal van deze vragen zijn ook opgenomen in de vragenlijst van het huidige onderzoek en hier en daar wat bijgesteld zodat het past in de huidige context. In totaal gaan vijf vragen in de vragenlijst over transportatie. In het huidige onderzoek hebben de vragen over transportatie een cronbach's alpha van 0.8.

Op het gebied van transportatie verschilden de vragenlijsten in de condities van elkaar (zie tabel 3). De vragen over transportatie in conditie 2 en 3 zijn namelijk omgevormd zodat deze ook toepasbaar waren in conditie 1. In conditie 2 en 3 zijn de transportatievragen gericht op de belevenissen van het personage in het verhaal en in conditie 1 zijn zij gericht op de belevenissen van ouderen in het algemeen. Dit komt omdat er geen personage in de tekst van conditie 1 zit.

Conditie		Items transportatie
1	1	Tijdens het lezen van de tekst kon ik mij gemakkelijk een voorstelling maken van de beschreven <i>belevenissen in het dagelijks leven van ouderen</i> .
	2	Tijdens het lezen voelde ik mij betrokken bij het verhaal.
	3	De tekst heeft invloed op mijn emoties gehad.
	4	<i>De beschreven belevenissen in het dagelijks leven van ouderen</i> zijn relevant voor mijn dagelijkse leven.
	5	<i>De beschreven belevenissen in het dagelijks leven van ouderen</i> hebben ook invloed op mijn leven.
2/3	1	Tijdens het lezen van de tekst kon ik mij gemakkelijk een voorstelling maken van de <i>belevenissen in het verhaal</i> .
	2	Tijdens het lezen voelde ik mij betrokken bij het verhaal.
	3	De tekst heeft invloed op mijn emoties gehad.
	4	<i>De belevenissen in de tekst</i> zijn relevant voor mijn dagelijkse leven.
	5	<i>De belevenissen in de tekst</i> hebben invloed op mijn leven.

Tabel 3. Items transportatie.

De identificatievragen zijn gebaseerd op een gebruikte vragenlijst van Tal-Or en Cohen (2010). Zij gebruikten 5 items om de identificatie van proefpersonen te meten met een cronbach's alpha van 0.83. In de huidige vragenlijst zijn 4 van deze 5 items gebruikt en omgevormd zodat deze toepasbaar zijn in dit onderzoek. Deze items zijn terug te vinden in tabel 4. De items hadden in dit huidige onderzoek ook een cronbach's alpha van 0.83. De identificatievragen zijn alleen gesteld in conditie 2 en 3. Dit komt omdat er geen identificatie kan optreden in een verhaal zonder personage, zoals in conditie 1 het geval is.

	Items identificatie
1	Tijdens het lezen had ik een levendig beeld van Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3).
2	Ik denk dat ik Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) goed begreep.
3	Ik interpreteerde de belevenissen in het verhaal zoals Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) ze interpreteerde.
4	Tijdens het lezen van de tekst had ik het gevoel dat ik in het hoofd van Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) kon kijken.

Tabel 4. Items identificatie.

De vragenlijst werd afgesloten met de vraag of de participant wil deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. Met deze laatste vraag wordt de afhankelijke variabele intentie tot deelname aan het digitaal Ouderenpanel gemeten. Als de participant aangeeft deel te willen nemen, dan wordt er gevraagd zijn of haar e-mailadres achter te laten. Wanneer de participant aangeeft niet te willen deelnemen, wordt er gevraagd kort uit te leggen wat hiervoor de reden is. Er bestaat ook een kans dat ouderen nog steeds niet voldoende op de hoogte zijn van wat het digitaal Ouderenpanel precies inhoudt. Daarom is er nog een extra optie toegevoegd waarin ouderen hun e-mailadres kunnen achterlaten voor meer informatie omtrent het digitaal Ouderenpanel, zonder direct panellid te worden.

3.3.3. Pre-test

Voordat het experimenteel officieel werd uitgezet, is er een pretest gehouden. Hierbij hebben in totaal vier ouderen het experiment doorlopen. Twee ouderen, een man en een vrouw, hebben de vragenlijst met de informatieve tekst ingevuld en twee ouderen, een man en een vrouw, de narratieve tekst van conditie 3. Het pretesten van een vragenlijst zorgt ervoor dat gekeken kan worden of de vragenlijst meet wat het beoogd te meten en of de tekst en de vragen begrijpelijk zijn. Vooral op dat laatste is de vragenlijst nog bijgesteld. Uit de pretest bleek dat sommige vragen op verschillende manieren te interpreteren waren. Dit is aangepast voor de officiële vragenlijst. Er is vervolgens aan deze vier participanten gevraagd of de vragenlijst, na de aanpassingen van de pretest, begrijpelijker was. Dit bleek het geval te zijn, waarna het experimenteel officieel werd uitgezet.

3.4. Procedures en instructies

De data voor dit onderzoek is verzameld tussen midden april en midden mei 2019. Via sociale media, het eigen netwerk van de onderzoeker en het benaderen van huidige panelleden is de online vragenlijst verspreid. Omdat het om een digitale vragenlijst ging, konden participanten zelf kiezen wanneer en waar zij deelnamen aan het onderzoek. Voorafgaand aan de vragenlijst werd er een korte instructie gegeven over het doel van het onderzoek en de duur van de vragenlijst. Gedurende de vragenlijst werden ook veel instructies gegeven, om de ouderen op deze manier te helpen om door de vragenlijst heen te komen. Ook werd bij iedere vraag uitgelegd wat er van de participant werd verwacht. Deze instructies zijn schuingedrukt terug te vinden in de vragenlijst in bijlage 4 en 5. De vragenlijst werd afgesloten met een korte afsluiting, waarin ook het e-mailadres van de onderzoeker is geplaatst voor wanneer zich nog vragen op zouden doen. Wanneer de participant heeft aangegeven deel te willen nemen aan het digitaal Ouderenpanel, krijgt hij of zij in de afsluiting ook instructies over het verdere verloop van zijn of haar deelname. Ook deze afsluitingen zijn terug te vinden in bijlage 4 en 5.

3.5. Analyse van de gegevens

Na het online afnemen van de vragenlijst in Qualtrics, zijn alle verzamelende gegevens van Qualtrics overgezet naar het statistische analyseprogramma R Studio. De gebruikte versie van R Studio is 1.1.447. In R Studio zijn verschillende statistische testen uitgevoerd om de hypothesen te testen. Zo is er voor de verschillen tussen de narratieve en informatieve condities gebruik gemaakt van een t-test. Deze test meet of de gemiddelden van de groepen significant van elkaar verschillen. Als er vervolgens binnen de conditie wordt gekeken naar het verschil tussen mannen en vrouwen is er gebruik gemaakt van de ANOVA-analyse. Verder worden er correlatieanalyses uitgevoerd om te kijken hoe transportatie en identificatie correleren met attitude en voor intentie zal er een Logistic Regression

uitgevoerd worden. Ten slotte wordt er met de Chi-kwadraattoets gekeken naar de intentie van conditie en geslacht.

De resultaten van deze analyses zijn te vinden in het volgende hoofdstuk.

4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek besproken. Er zijn verschillende statistische testen uitgevoerd, waaronder een t-test, ANOVA, Chi-kwadraattoets, Logistic Regression en correlatieanalyse, om zo te ondervinden of er een significant effect is van een narratieve versus informatieve tekst, op de attitude en intentie van ouderen ten opzichte van een digitaal Ouderenpanel.

Allereerst zal het effect van de informatieve versus narratieve tekst op de attitude worden besproken en deze effecten op intentie. Vervolgens zullen de resultaten worden weergegeven omtrent de rol van transportatie en identificatie bij attitude en intentie. Ook wordt besproken wat voor effect het geslacht van de verteller van de narratieve tekst heeft op de attitude en intentie van de participanten. Ten slotte zullen we nog kijken naar het aantal thema's die ouderen belangrijk vonden. Dit laatste is niet direct gekoppeld aan de hypothesen, maar kan wel nuttige informatie geven waarom bepaalde ouderen wel willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel en anderen niet.

4.1. Informatief versus narratief op attitude

We zijn erg geïnteresseerd in het effect van conditie op attitude. Afgaand op de literatuur verwachten wij dat de attitude tegenover het digitaal Ouderenpanel positiever is in de condities met de narratieve tekst dan de conditie met de informatieve tekst. Onderstaande hypothese hoort hierbij:

Hypothese 1. Participanten die de narratieve tekst lezen scoren een positievere attitude score ten aanzien van een digitaal Ouderenpanel, dan participanten die de informatieve tekst lezen.

Alle condities scoren gemiddeld hoger dan een 4 op attitude op een vijfpunts-likertschaal. We kunnen daarom stellen dat de attitude van deelnemers tegenover het digitaal Ouderenpanel redelijk positief is ($M=4.35$, $SD=0.46$). Het blijkt dat de gemiddelde attitude positiever is in de informatieve conditie ($M=4.52$, $SD=0.42$) dan in de narratieve condities ($M=4.30$, $SD=0.47$). Om deze reden verwerpen wij de hypothese.

Daarnaast is ook gekeken of het geslacht van invloed is op attitude. Dit is een additionele analyse, waarbij geen hypothese wordt getest, maar de resultaten verder verduidelijkt worden. De verschillende condities zijn hierbij buiten beschouwing gebleven. Omdat de data niet normaal verdeeld bleek te zijn, is er een Mann Whitney U test uitgevoerd. Uit de Mann Whitney U test bleek dat er geen significant effect bestaat van geslacht op attitude, namelijk $W = 1545.50$, p -waarde = 0.06. Toch kunnen we stellen dat geslacht op attitude marginaal significant is, omdat de p -waarde lager is dan 0.1. Vrouwen scoren gemiddeld positiever ($M=4.44$, $SD=0.47$) dan de mannen ($M=4.26$, $SD=0.44$). Dit effect blijkt echter klein te zijn, namelijk Cliff's Delta = 0.22.

4.2. Informatief versus narratief op intentie

Om het effect van conditie op intentie te meten zijn er verschillende Chi-kwadraattoetsen uitgevoerd. De intentie werd gemeten door enerzijds te vragen of de participanten bereid zijn drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen, om vervolgens anderzijds de vraag te beantwoorden of zij willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. De hypothese die hierbij hoort is als volgt:

Hypothese 2. Participanten die de narratieve tekst lezen zullen een positievere intentie hebben om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, dan participanten die de informatieve tekst lezen.

In tabel 5 is schematisch te zien hoeveel mensen aangeven bereid te zijn drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen (*bereidheid*) en hoeveel mensen vervolgens willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel (*daadwerkelijke deelname*). We kijken bij het testen van deze hypothese uitsluitend naar de totaalrijen van *Conditie 1 Informatief* en *Narratief totaal* (dit zijn conditie 2 en conditie 3 samen). Opvallend is dat participanten beduidend hoger scoren op bereidheid (85%) dan op de daadwerkelijke deelname (57%). Toch is het erg positief dat meer dan de helft van de participanten heeft aangegeven deel te willen nemen in het digitaal Ouderenpanel.

De hypothese stelde dat de participanten, die de narratieve tekst lazen, hoger op intentie zouden scoren dan de participanten die de informatieve tekst lazen. Uit de tabel is juist af te lezen dat de participanten uit conditie 1 een hogere intentie hebben om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel (60%) dan de participanten in de narratieve condities (56%). De hypothese wordt om deze reden verworpen.

	Intentie					
	Bereidheid			Daadwerkelijke deelname		
	Man	Vrouw	Totaal	Man	Vrouw	Totaal
Conditie 1 <i>Informatief</i>	6(60%)	19(95%)	25(83%)	4(40%)	14(70%)	18(60%)
Conditie 2 <i>Narratief man</i>	19(86%)	16(94%)	35(90%)	14(64%)	11(65%)	25(64%)
Conditie 3 <i>Narratief vrouw</i>	16(89%)	16(76%)	32(82%)	10(56%)	9(43%)	19(49%)
Narratief totaal	35(88%)	32(84%)	67(86%)	24(60%)	20(53%)	44(56%)
Totaal	41(82%)	51(88%)	92(85%)	28(56%)	34(59%)	62(57%)

Tabel 5. Aantallen en percentages voor intentie.

De Fisher's exact test laat zien dat er geen significant effect is van conditie op bereidheid, namelijk $p = 0.62$. Om het effect van conditie op de daadwerkelijke deelname te meten is er een Chi-kwadraattoets gedaan. Ook hier kwam geen significant effect uit, namelijk: χ^2 -test (2) = 2.00 en $p = 0.37$. Verder is ook geanalyseerd of het geslacht van de participanten van invloed is op de bereidheid en de daadwerkelijke deelname. Net als bij geslacht en attitude is geslacht en intentie ook een additionele analyse, om de resultaten te verduidelijken. Er blijkt echter geen significant effect te zijn van geslacht op bereidheid (χ^2 -test (1) = 0.75, $p = 0.39$) en daadwerkelijke deelname (χ^2 -test (1) = 0.008, $p = 0.78$).

4.3. De rol van transportatie en identificatie bij attitude en intentie

Transportatie en identificatie zijn belangrijke fenomenen, vooral bij het lezen van narratieve teksten. Vanuit de literatuur kunnen wij verwachten dat transportatie en identificatie gepaard gaan met een positieve attitude en intentie. Om te toetsen of dit het geval is zijn er verschillende correlatieanalyses uitgevoerd. De hypothese voor de rol van transportatie kan als volgt geformuleerd worden:

Hypothese 3a. Hoe meer transportatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe positiever de score voor attitude ten opzichte van het digitaal Ouderenpanel.

Om te toetsen of de attitude positiever wordt naar mate er meer transportatie optreedt, is er een correlatieanalyse uitgevoerd. Deze laat een significant effect zien, namelijk Pearson's correlation: $p < 0.01$. De grootte van de correlatiecoëfficiënt is 0.32, oftewel een zwakke correlatie. Ondanks dat de correlatiecoëfficiënt erg laag is, kunnen we toch de gestelde hypothese aanhouden.

Ook de rol van identificatie bij attitude is gemeten met behulp van een correlatieanalyse. Onderstaande hypothese hoort hierbij:

Hypothese 3b. Hoe meer identificatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe positiever de score voor attitude ten opzichte van het digitaal Ouderenpanel.

De correlatieanalyse van identificatie op attitude laat een significant effect zien, namelijk Pearson's correlation: $p < 0.01$. Echter is de correlatiecoëfficiënt maar 0.28, wat nauwelijks een correlatie is. Ondanks dat het effect er nauwelijks is, mogen we toch de gestelde hypothese aanhouden.

Naast attitude zijn we ook geïnteresseerd in het effect van transportatie en identificatie op de intentie om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. We verwachten net als bij attitude, dat hoe meer transportatie en identificatie er optreedt, hoe eerder participanten geneigd zijn deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Om het effect van transportatie op intentie te meten is gebruik gemaakt van een Logistic Regression. De hypothese voor transportatie en intentie is als volgt geformuleerd:

Hypothese 4a. Hoe meer transportatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe eerder participanten geneigd zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Met behulp van de Logistic Regression is gemeten of participanten eerder geneigd zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, wanneer zij een hogere transportatiescore hebben. Dit effect blijkt significant te zijn, namelijk $p = 0.01$. Om deze reden behouden we de hypothese. De estimate van de Logistic Regression is -0.79. Dit betekent dat, wanneer de transportatie met één eenheid toeneemt, de kans met 0.79 afneemt dat de participant niet wil deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. Dit kan dus geïnterpreteerd worden als een positief verband tussen transportatie en intentie.

Ook voor identificatie en intentie wordt verwacht dat de intentie om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel hoger is, wanneer de identificatiescore positiever is. De volgende hypothese hoort hierbij:

Hypothese 4b. Hoe meer identificatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe eerder participanten geneigd zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Net als bij transportatie is er voor identificatie ook weer een Logistic Regression uitgevoerd. Voor identificatie en intentie blijkt er geen significant effect te zijn, namelijk $p = 0.35$. De estimate voor identificatie en intentie is -0.30. Ondanks dat er geen significant effect blijkt te zijn, houdt dit wel in dat wanneer de identificatiescore van de persoon met één eenheid toeneemt, de kans met 0.30 afneemt dat de participant niet wil deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. Er blijkt daarentegen wel een significant effect te zijn van identificatie op de bereidheid om drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen ($p = 0.03$). De estimate is hier -0.99. Wanneer de identificatiescore dus toeneemt, zal de kans met 0.99 afnemen dat participanten niet bereid zijn om maximaal drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen. Omdat we uiteindelijk geïnteresseerd zijn in de daadwerkelijke deelname en niet in de bereidheid om drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen, verwerpen we de hypothese omdat deze statistische test, zoals eerder beschreven, niet significant bleek te zijn.

4.4. De rol van het geslacht van de verteller op attitude en intentie

Omdat het bij transportatie en identificatie gaat over de betrokkenheid bij een verhaal en waargenomen gelijkenis voelen bij het personage uit het verhaal, wordt verwacht dat zich verschillen zullen opdoen tussen het mannelijk en het vrouwelijk narratief. Oftewel mannen zullen zich eerder kunnen identificeren met het mannelijke personage, waardoor hun transportatie en identificatie score hoger is dan die van de vrouwen. Ditzelfde geldt voor de vrouwen, die zich eerder identificeren met het vrouwelijke personage uit conditie 3. Als hun transportatie en identificatie score hoger ligt, dan gaan wij er ook vanuit dat dit gepaard gaat met een positievere attitude en intentie ten opzichte van het digitaal Ouderenpanel. Onderstaande hypothese wordt getoetst.

Hypothese 5. Het geslacht van de verteller in de narratieve tekst is van invloed op de attitude en de intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Tabel 6 laat de gemiddelde scores en standaardafwijkingen van transportatie en identificatie zien per conditie en geslacht. Deze tabel dient voornamelijk als manipulatie-check, om te kijken of er überhaupt transportatie en identificatie is opgetreden binnen de verschillende condities. Dit blijkt inderdaad zo te zijn. De participanten scoren gemiddeld hoger dan 3 op transportatie en identificatie op een vijfpunts-likertschaal. Zoals verwacht hebben de mannen in conditie 2 een hogere transportatie score ($M=3.66$) dan de vrouwen ($M=2.99$). Met behulp van een onafhankelijke t-test is gemeten of dit verschil significant is. Er is eenzijdig getoetst. De t-test liet een significant effect zien, $t(-2.99)$, $p < 0.01$. De effectgrootte was groot, namelijk Cohen's $d = -1.15$. Ook de vrouwen scoren, zoals verwacht, gemiddeld hoger in conditie 3 op transportatie (3.42) dan de mannen (3.22). Echter blijkt dit verschil na een eenzijdige Mann Whitney U test niet significant te zijn, namelijk $w = 216$, $p = 0.23$. Mannen voelen zich dus wel getransporteerd in het verhaal van de mannelijke verteller, maar voor vrouwen geldt dit niet bij een vrouwelijke verteller.

	Transportatie			Identificatie		
	Man	Vrouw	Totaal	Man	Vrouw	Totaal
Conditie 1	3.42	3.85	3.71	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<i>Informatief</i>	(0.90)	(0.73)	(0.80)	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Conditie 2	3.66	2.99	3.29	3.76	3.57	3.68
<i>Narratief man</i>	0.67	(0.50)	(0.67)	(0.49)	(0.68)	(0.58)
Conditie 3	3.22	3.42	3.33	3.33	3.55	3.45
<i>Narratief vrouw</i>	(0.62)	(0.68)	(0.65)	(0.80)	(0.85)	(0.82)

Note: Er kan geen identificatie optreden wanneer er geen personage is. Daarom voor identificatie bij conditie 1 geen waarden.

Tabel 6. Gemiddelden en standaarddeviaties van transportatie en identificatie

Net als bij transportatie is er voor identificatie ook gekeken of de participanten zo hebben gescoord als verwacht. De mannen scoren inderdaad in conditie 2 hoger op identificatie (3.76) dan vrouwen (3.57). Een eenzijdige, onafhankelijk t-test laat echter zien dat dit verschil niet significant is, namelijk $t(-0.96)$, $p = 0.17$. De vrouwen scoren in conditie 3, zoals verwacht, hoger op identificatie (3.55) dan de mannen (3.33). Ook dit verschil blijkt niet significant te zijn na het uitvoeren van een Mann Whitney U test, namelijk $w = 212$, $p = 0.26$. Voor beide condities geldt dus dat de participanten scoren zoals op basis van de literatuur zou worden verwacht, echter zijn deze verschillen niet significant.

De volgende stap is nu om te testen of de attitude van mannen in conditie 2 hoger is dan die van de vrouwen en of de attitude van vrouwen in conditie 3 hoger is dan die van de mannen. Uit tabel 7 is af te lezen dat de mannen lager scoren op attitude (4.36) in conditie 2 dan de vrouwen (4.37). Dit gaat tegen onze hypothese in en om deze reden voeren we ook geen statistische test uit. In conditie 3 is de attitude score van de vrouwen wel hoger (4.32) dan die van de mannen (4.12). Met behulp van een ANOVA-analyse is gekeken of binnen de condities verschillen in geslacht zijn. Dit blijkt echter niet zo te zijn, aangezien de p-waardes hoger dan het gestelde alpha-niveau van 0.05 liggen. Dit is nogmaals gecheckt met behulp van een eenzijdige Mann Whitney U test en ook hieruit blijkt dat er geen significant verschil is, namelijk $w = 199$, $p = 0.19$.

	Attitude		
	Man	Vrouw	Totaal
Conditie 1 <i>Informatief</i>	4.25(0.41)	4.66(0.36)	4.52(0.42)
Conditie 2 <i>Narratief man</i>	4.36(0.46)	4.37(0.37)	4.37(0.42)
Conditie 3 <i>Narratief vrouw</i>	4.12(0.50)	4.32(0.51)	4.23(0.51)
Narratief totaal	4.26(0.49)	4.34(0.45)	4.30(0.47)
Totaal	4.26(0.44)	4.44(0.47)	4.35(0.46)

Tabel 7. Gemiddelden en standaarddeviaties van attitude.

Ten slotte is gekeken of het geslacht van de verteller van het narratief nog van invloed is op de intentie. De gemiddelde intentiescores en standaardafwijkingen zijn af te lezen uit tabel 5. Hierbij richten wij ons op de kolom met de scores voor de daadwerkelijke deelname. We verwachten dat in conditie 2 de mannen en hogere intentie hebben en in conditie 3 de vrouwen. Dit blijkt echter in beide gevallen niet zo te zijn. Ondanks dat er meer mannen dan vrouwen willen deelnemen (14 tegenover 11) in conditie 2, is het percentage van de vrouwen die wilt deelnemen hoger (65%) dan die van de mannen (64%). In conditie 3 geldt dat mannen eerder geneigd zijn om deel te nemen (56%) dan de vrouwen (43%).

Samengevat kunnen we stellen dat het geslacht van de verteller van de narratieve tekst geen invloed heeft op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Toch blijkt wel dat mannen zich eerder getransporteerd voelen in het verhaal van de mannelijke verteller dan de vrouwen en dit verschil is significant. Desondanks verwerpen we hypothese 5.

4.5. Belangrijke thema's onder ouderen

Uit de vorige paragrafen is gebleken dat de meeste hypothesen zijn verworpen. Ondanks het feit dat deze hypothesen zijn gebaseerd op een grote hoeveelheid literatuur van onder andere Green (2000, 2004), Hoeken (2012, 2014), Moyer-Gusé (1998, 2010, 2011) en nog vele anderen, blijken deze resultaten niet van toepassing te zijn voor ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel. Om deze reden zijn wij benieuwd of er een effect is van de hoeveelheid thema's die ouderen als belangrijk hebben gemarkeerd, op de intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Het kan namelijk zo zijn dat, als ouderen al veel thema's interessant vinden, het voor hun niet uitmaakt aan wat voor experimentele conditie zij worden blootgesteld. Ze zijn immers toch al geïnteresseerd.

De participanten kregen na het lezen van de informatieve of narratieve tekst een vraag waarin zij konden aangeven welke thema's zij belangrijk vonden. Zij konden in totaal uit tien thema's kiezen, waarbij zij minimaal een thema moesten selecteren. Gemiddeld hebben de participanten 4 thema's gekozen. Er waren geen onderlinge verschillen tussen de condities in het aantal thema's die de participanten gemiddeld kozen. We verwachten dus dat, wanneer participanten meer thema's belangrijk vinden, zij eerder bereid zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. De participanten die "ja" hebben geantwoord op de vraag of zij willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel, vonden gemiddeld 4.52 thema's belangrijk. De participanten die hebben aangegeven niet te willen deelnemen, vonden gemiddeld 4.30 thema's belangrijk. De onderlinge verschillen zijn dus niet erg groot. Met een onafhankelijke t-test is getoetst of dit verschil significant is. Dit bleek niet

zo te zijn, namelijk $t = 0.42$, $p = 0.34$. Als participanten aangeven meer thema's belangrijk te vinden, is het dus niet automatisch zo dat zij ook eerder willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel.

5 Conclusie en discussie

5.1. Conclusie

In dit laatste hoofdstuk worden conclusies getrokken uit de besproken resultaten in het vorige hoofdstuk. Deze resultaten zullen vervolgens ook vergeleken worden met de literatuur die al bekend is rondom narratieve en persuasieve communicatie. De onderzoeksvragen die in dit onderzoek centraal stonden waren als volgt geformuleerd:

- a. Welke effecten heeft het lezen van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel?
- b. Welke effecten heeft het geslacht van de verteller van de narratieve tekst op de participanten?
- c. In hoeverre zijn de effecten van het lezen van een narratieve tekst, om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, te verklaren uit de mate van transportatie en identificatie?

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden is er een experiment opgezet met drie experimentele condities. Waarbij conditie 1 uit een informatieve tekst bestond, waren de andere twee condities narratieve met in conditie 2 een mannelijke verteller en in conditie 3 een vrouwelijke verteller. Het praktische doel van dit onderzoek was om de ouderen te overtuigen van het belang van het digitaal Ouderenpanel, zodat zij hieraan zouden willen deelnemen. Gedrag kan echter niet rechtstreeks beïnvloed worden (O'Keefe, 2002) en is ook niet iets wat we kunnen meten. Om deze reden is bij de participanten de intentie om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel gemeten. Er is dus onderzocht wat voor effect de experimentele condities hebben op de afhankelijke variabelen attitude en intentie.

Vaak hebben lezers de neiging om het gedrag van het personage in het verhaal te beschouwen als voorbeeldgedrag (Moyer-Gusé en Nabi, 2010). Het lezen van een narratief zorgt voor een vermindering van de weerstand die de lezer heeft tegen de druk die hij van buiten ervaart om zijn gedrag te veranderen (Duizer, e.a., 2014). We verwachtten daarom dat het lezen van de narratieve tekst leidt tot een positievere attitude en intentie, dan het lezen van de informatieve tekst (*hypothese 1*). Uit het huidige onderzoek blijkt echter dat de participanten juist een positievere attitude hebben na het lezen van de informatieve tekst dan na het lezen van de narratieve tekst. Doordat dit niet overeenkomt met onze gestelde hypothese, kunnen we stellen dat participanten die de narratieve tekst lezen geen positievere attitude scoren dan de participanten die de informatieve tekst lezen. Wel blijkt er een marginaal significant hoofdeffect te zijn van geslacht op attitude. Het analyseren van het geslacht van de participanten was een additionele analyse, om zo te proberen de resultaten te verduidelijken. Hierbij zijn de verschillende condities buiten beschouwing gebleven. Vrouwen scoren hierbij gemiddeld positiever dan mannen. Dit effect is echter klein. Wellicht was het verschil wel significant geweest als we een grotere steekproef hadden gehad. Geslacht is bevestigd in de literatuur als voorspeller van attitudes. Negatieve attitudes zijn gerelateerd aan het mannelijk geslacht (Anderson & Ferguson, 2018). Zaal, Mills, Hagen, Huisman en Hoeks (submitted) suggereren dat vrouwen over het algemeen positiever staan tegenover attitudeverandering. Dit kan dan ook de verklaring zijn voor het feit dat vrouwen in dit huidige onderzoek positiever op attitude scoren dan mannen.

Afgaande van de literatuur gingen we ervan uit dat de participanten in de narratieve experimentele groepen een hogere intentie hadden dan de participanten in de informatieve groep (*hypothese 2*). We verwachten namelijk dat de participanten in de narratieve groep minder bestand zijn om weerstand uit te oefenen tegen de persuasieve boodschap (Moyer-Gusé, 2008). In totaal geeft 57% van de participanten aan deel te willen nemen in het digitaal Ouderenpanel. Het blijkt dat juist de narratieve teksten lager scoren op intentie dan de informatieve tekst. Er is dus geen hoofdeffect van narratief versus informatief op de intentie. Wat verder opvallend is, is dat beduidend meer participanten aangeven wel bereid te zijn drie keer per jaar een vragenlijst in te vullen (85%), maar een stuk minder participanten vervolgens aangeven te willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel (57%). De stap voor ouderen om deel te nemen, en op die manier het gevoel hebben direct ergens aan vast te zitten, is

soms te groot. Veel ouderen hebben namelijk aangegeven het gevoel te hebben dat zij te weinig tijd hebben om deel te nemen in het digitaal Ouderenpanel of bijvoorbeeld al op een andere manier betrokken te zijn. Om deze reden willen zij niet daarnaast ook nog aan een digitaal Ouderenpanel deelnemen.

Met al deze uitkomsten zullen we zeker niet direct alle theorie rondom narratieve overtuiging ontkrachten. Er moet ook rekening gehouden met het onderwerp van de narratief en ook de doelgroep en de manier van dataverzameling is hier van belang. Omdat dit onderzoek uitsluitend gericht was op een digitaal Ouderenpanel, zijn de participanten ook digitaal benaderd in de vorm van een online vragenlijst. Daarnaast ging het onderwerp van deze teksten over het digitaal Ouderenpanel en problemen waar ouderen mee te maken krijgen naarmate zij ouder worden. Dit zijn niet direct onderwerpen waar een sterke emotionele lading aan zit verbonden en daarom is het mogelijk dat de effectiviteit van de narratief, ten opzichte van de informatieve tekst, minder sterk is dan verwacht. McQueen e.a. (2011) keek bijvoorbeeld naar de effecten van een narratieve versus informatieve video over borstkanker op de berichtverwerking, attitude en overtuigingen. Een onderwerp als borstkanker kent een grotere emotionele lading en daarom waren de participanten die de narratieve video kregen te zien ook meer betrokken bij de boodschap.

Zoals eerder gezegd is de vragenlijst online afgenomen. Computers, telefoons en tablets zijn in het dagelijks leven niet meer weg te denken, maar de oudere bevolking is hier niet mee opgegroeid. Zij hebben dit moeten leren gebruiken. Voor de participanten was het daarom al een hele stap om de vragenlijst in te vullen. Er was sprake van een soort selectie-effect, namelijk alleen de ouderen die over het algemeen positief stonden tegenover digitale communicatie deden mee. Het is daarom mogelijk dat, ongeacht de experimentele conditie waarin de participant zat, de attitudes tegenover een digitaal Ouderenpanel al relatief positief zijn. Dit kan ook een verklaring zijn voor waarom we geen verschillen zien tussen de verschillende condities. De participanten hadden van tevoren al een bepaalde houding tegenover het digitaal Ouderenpanel en de tekstsoorten hebben er niet aan bijgedragen dat deze houding werd veranderd.

In lijn met de hypothesen en de literatuur betreffende transportatie vonden we een significant effect van transportatie op attitude. Anders gezegd: hoe hoger de score op transportatie, hoe positiever de attitude (*hypothese 3a*). Dit komt overeen met Mazzocco e.a. (2010), die al eerder een verband hadden gevonden tussen transporteerbaarheid en attitudes bij een verhaal dat tolerantie jegens homoseksuelen bevorderde, met mediërende factoren als emotionele en empathische reacties. Volgens het EORM kan transportatie de weerstand tegen de persuasieve boodschap reduceren, doordat het zorgt voor een vermindering van tegenargumenten (Moyer-Gusé, 2008). Lezers hebben een bepaalde mate van betrokkenheid bij een verhaal, waardoor de weerstand tegenover de persuasieve boodschap vermindert en daardoor de attitude positiever wordt. We zouden verder kunnen concluderen dat de manipulatie geslaagd is. Per slot van rekening is de attitude van de participanten significant positiever wanneer zij meer getransporteerd zijn in het verhaal.

Echter blijkt toch dat de manipulatie niet geheel geslaagd is, omdat juist de informatieve conditie hoger scoorde op transporteerbaarheid dan de narratieve condities. Dit is in strijd met de literatuur, aangezien transportatie zich eigenlijk alleen kan opdoen bij teksten waar echt een verhaal wordt verteld door een personage. Om de vragenlijst in beide condities zo identiek mogelijk te houden, zijn de transportatievragen uit conditie 2 en 3 zo omgevormd, zodat deze ook in conditie 1 toepasbaar waren. Hierbij is conditie 1 vooral gericht op belevenissen in het dagelijks leven van ouderen in het algemeen en conditie 2 en 3 richt zich op de belevenissen van het personage in de tekst. Een mogelijke verklaring voor de hogere transportatiescore in conditie 1, is dat de participanten zich wel goed konden verplaatsen in het dagelijks leven van ouderen in het algemeen, maar zich niet direct konden verplaatsen in de belevenissen van het personage in het verhaal. Doordat de vraagstelling in conditie 1 een stuk algemener was, kunnen ouderen dit gemakkelijker op zichzelf interpreteren.

Naast transportatie is er ook gekeken naar de invloed van identificatie op attitude. Voor identificatie is er ook een significant effect op attitude, oftewel hoe hoger de identificatiescore, hoe positiever de

attitude (*hypothese 3b*). *Hypothese 4* verwachtte dat hoe meer transportatie en identificatie er optreedt bij het lezen van de tekst, hoe eerder ouderen bereid zijn om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Een hoge transportatiescore zorgt voor een significant hogere intentie om deel te nemen in het digitaal Ouderenpanel. Dit geldt daarentegen niet voor identificatie en intentie. Een hogere identificatiescore leidde namelijk niet tot een hogere intentiescore. Dit is niet in lijn met het EORM, wat juist stelt dat identificatie zorgt voor vermindering van weerstand tegen een persuasieve boodschap (Moyer-Gusé, 2008). Wanneer de weerstand vermindert, zouden participanten juist eerder te overtuigen moeten zijn. Een verklaring hiervoor is dat identificatie in dit onderzoek geen voorspellende factor blijkt te zijn voor intentie. Conditie 1 met de informatieve tekst scoort immers hoger op intentie, terwijl in een informatieve tekst geen sprake van identificatie kan zijn. Het EORM noemt ook nog genot als entertainment feature die de weerstand tegenover een persuasieve boodschap kan verminderen, maar waarmee geen rekening is gehouden in het huidige onderzoek (Moyer-Gusé, 2008). Een mogelijke verklaring voor de positievere attitude en intentie score bij de informatieve conditie ten opzichte van de narratieve condities is dat de participanten meer genot voelden bij het lezen van de informatieve tekst. Dit blijft echter voor nu alleen een speculatie.

Ook *hypothese 5*, het geslacht van de verteller in de narratieve tekst is van invloed op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, is verworpen. Op basis van de literatuur rondom waargenomen gelijkenis (Murphy e.a., 2013) hadden we verwacht dat de mannelijke verteller voor een positievere attitude en intentie bij de mannelijke participanten zou zorgen en voor de vrouwelijke participanten zou dat de vrouwelijke verteller zijn. Het blijkt echter zo dat het geslacht van de verteller van de narratieve tekst niet uitmaakt voor ouderen wat betreft hun attitude en intentie tot deelname aan het digitaal Ouderenpanel. Vooral de mannelijke participanten scoorden hoger op identificatie wanneer de verteller van de narratief een man was in plaats van een vrouw. Dit verschil was significant. Voor vrouwen was er geen verschil in identificatiescore tussen de narratief met de mannelijke en de vrouwelijke verteller. Het kan zo zijn dat de mannen gevoeliger waren voor de inhoud van de tekst, of juist dat de foto van de mannelijke verteller meer aansprak dan die van de vrouwelijke verteller. De mate van identificatie met het personage in het verhaal blijkt niet van invloed te zijn op de intentie om uiteindelijk deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel.

Omdat de resultaten van dit onderzoek niet overeenkomen met de literatuur wat betreft de effectiviteit van narratieve teksten, is er onderzocht of er een andere verklaring is voor het feit waarom bepaalde participanten wel willen deelnemen in het digitaal Ouderenpanel en anderen niet. Wellicht dat participanten, die aangaven veel thema's belangrijk te vinden, een hogere intentie hebben om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel, omdat zij meer betrokkenheid voelden bij de thema's rondom gezond en gelukkig oud worden. De onafhankelijke t-test laat echter zien dat participanten die hebben aangegeven meer thema's belangrijk te vinden, niet automatisch eerder zullen willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel. Ook de betrokkenheid bij het aantal thema's over gezond en gelukkig oud worden is dus geen verklaring voor het feit dat zich geen verschillen hebben opgedaan tussen de effectiviteit van narratieve teksten ten opzichte van een informatieve tekst.

5.2. Beperkingen en aanbevelingen

Dit onderzoek kent een aantal beperkingen. De eerste beperking ligt hem in de doelgroep van dit onderzoek. Omdat het onderzoek gericht is op een digitaal Ouderenpanel, lag het voor de hand om de ouderen ook digitaal te benaderen voor deelname aan de vragenlijst. Er werd in eerste instantie verwacht dat het onderzoek gemakkelijk verspreid kon worden over social media en dat op deze manier het aantal participanten zou toenemen. Echter bleek dit niet het geval te zijn en werden de participanten juist gevonden met behulp van een sneeuwbal effect. Voor ouderen is het invullen van de vragenlijst al een grote stap en daarom is dat ook hoogstwaarschijnlijk de verklaring voor het feit dat de experimentele condities geen invloed hebben gehad op de participanten. Er deed zich een selecterend effect op, namelijk omdat de participanten die deelnamen in het onderzoek over het algemeen al positiever waren tegenover digitale communicatie. Dit heeft ook mogelijk invloed gehad op de attitude die ouderen hadden tegenover het digitaal Ouderenpanel.

Dat brengt ons bij de tweede beperking, namelijk dat er geen rekening gehouden is met betrokkenheid. Ouderen die zich meer betrokken voelen bij het hebben van een stem over hoe zij gezond en gelukkig oud willen worden, zullen waarschijnlijk ook eerder geneigd zijn om deel te nemen in het digitaal Ouderenpanel. Er zijn veel ouderen die bijvoorbeeld al deelnemen aan focusgroepen, regiotafels, een bestuur, enzovoort. Voor een vervolgonderzoek wordt daarom geadviseerd om de vragenlijst uit te breiden met vragen over de betrokkenheid van ouderen. Dit kunnen bijvoorbeeld vragen zijn over op wat voor manier ouderen betrokken willen zijn en of ouderen al actief zijn op bepaalde sociale-maatschappelijke vlakken. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met sociaal wenselijke antwoorden. Ouderen moeten niet het gevoel krijgen dat het iets negatiefs is wanneer zij op dit moment nog niet actief zijn. De beste manier om dit te voorkomen is om de vragen zo neutraal mogelijk te houden, dus dat in de vraagstelling niet wordt benadrukt dat actief bezig zijn belangrijk is. Door deze vragen in de vragenlijst toe te voegen kan er worden onderzocht of het feit dat de narratieve teksten niet de beoogde effectiviteit hadden, eventueel te verklaren is in de betrokkenheid van ouderen.

In hoofdstuk 2 is gesproken over het belang van self-efficacy bij persuasieve communicatie. Mensen die het gevoel hebben het gewenste gedrag uit te kunnen voeren, zullen ook eerder dit gedrag aannemen. Ondanks dat self-efficacy dus erg belangrijk is, is in de vragenlijst hieraan geen aandacht besteed. De tekst heeft self-efficacy mogelijk te weinig aangesproken, ondanks dat er wel genoemd is dat deelnemers van het digitaal Ouderenpanel gemakkelijk thuis kunnen deelnemen aan de vragenlijsten omdat het digitaal wordt gecommuniceerd. Bij vervolgonderzoek wordt aanbevolen om self-efficacy mee te nemen in de vragenlijst. Het is mogelijk dat de self-efficacy erg laag was en dat dit eventueel een verklaring was voor het feit dat we geen effecten vonden tussen de informatieve en narratieve teksten. Er waren veel ouderen die aangaven niet voldoende tijd te hebben en daarom niet in staat waren om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. Ook waren er ouderen die aangaven het gevoel te hebben niet geschikt te zijn voor een digitaal Ouderenpanel. Bij deze ouderen miste een bepaalde mate van self-efficacy.

Ondanks de beperkingen van dit onderzoek denken we dat de resultaten van belang zijn voor de literatuur rondom narratieve overtuiging. Dit onderzoek is het eerste onderzoek dat uitsluitend gericht is op vijftenzestigplussers en wekt daarom nieuwe vragen en inzichten op. Bijvoorbeeld of persuasieve communicatie via een digitaal kanaal wel de juiste manier is om ouderen te overtuigen en of de betrokkenheid van ouderen van invloed is op de attitude en intentie ten opzichte van een bepaald onderwerp of vraagstuk.

Wij beschouwen dit onderzoek als een startsein voor meer onderzoeksinteresse in narratieve overtuiging onder senioren. We hopen in de toekomst dat de onbeantwoorde vragen naar aanleiding van dit onderzoek zullen worden beantwoord in vervolgonderzoek.

6 Praktische adviezen

In dit hoofdstuk zullen de praktische adviezen voor de toekomst van het digitaal Ouderenpanel puntsgewijs opgesomd worden.

- ✓ Er moet ook aandacht besteed worden aan ouderen die digitaal minder vaardig zijn. Hoe bereik je deze mensen?
- ✓ Wanneer het gaat om geschreven teksten en verhalen is het belangrijk om rekening te houden met het geslacht van de verteller en het gebruik van een aansprekende foto.
- ✓ Wanneer er een tekst wordt gedeeld met emotionele lading dan is het raadzaam om het in de vorm van een narratief te schrijven. Op andere vlakken is het beter om een informatieve tekst te schrijven.
- ✓ Focus op wat de beste manier is om ouderen te bereiken. Dit onderzoek heeft aangetoond dat social media voor ouderen niet het juiste kanaal is om ouderen te bereiken. De beste manier in dit onderzoek blijkt het sneeuwbaaleffect.
- ✓ In een volgende vragenlijst moet ook de betrokkenheid van ouderen worden meegenomen. Zijn ouderen al actief op bepaalde sociaal-maatschappelijke vlakken? Dit kan een eventuele verklaring zijn voor waarom ouderen wel of niet willen deelnemen aan het digitaal Ouderenpanel.
- ✓ Rekening houden met sociaal-wenselijke antwoorden. Ouderen moeten niet het gevoel krijgen dat het negatief is dat zij niet actief zijn. Om dit te voorkomen moeten de vragen zo neutraal mogelijk blijven.
- ✓ Veel ouderen gaven aan dat zij niet voldoende tijd hebben en daarom niet in staat waren om deel te nemen aan het digitaal Ouderenpanel. In de toekomst moeten ouderen goed geïnformeerd worden over de precieze werking van het digitaal Ouderenpanel en het feit dat het maar een aantal keer per jaar is waarop de participanten een vragenlijst zullen moeten invullen. Het moet duidelijk worden gemaakt dat het niet veel tijd kost.

Het belangrijkste advies is om het digitaal Ouderenpanel up-to-date te houden. Informeer de panelleden regelmatig over de stand van zaken en gebruik de panelleden ook daadwerkelijk voor bepaalde vraagstukken met behulp van digitale vragenlijsten.

Literatuurlijst

- Anderson, J. & Fergusson, R. (2018). Demographic and ideological correlates of negative attitudes towards asylum seekers: A meta-analytic review. *Australian Journal of Psychology*, 70, 18-29.
- Anders Oud (n.b.). Projectplan: De ontwikkeling van het ouderennetwerk in Noord-Nederland.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Burkley, E. (2008). The role of self-control in resistance to persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 419-431.
- CBS (2016). 75-plussers sterkst groeiende groep internetters. Geraadpleegd op 28 februari 2019, <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/52/75-plussers-sterkst-groeiende-groep-internetters>
- CBS (2017). Steeds meer ouderen op sociale media. Geraadpleegd op 26 februari 2019, <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/52/steeds-meer-ouderen-op-sociale-media>
- Collins, D. (2003). Pretesting survey instruments: An overview of cognitive methods. *Quality of Life Research*, 12, 229-238.
- Dearborn, J.L., Panzer, V.P., Burleson, J.A., Hornung, F.E., Waite, H. & Into, F.H. (2006). Effects of gender on communication of health information to older adults. *The American Geriatrics Society*, 54, 637-641.
- Duizer, E., Koops van 't Jagt, R. & Jansen, C. (2014). Zoete verleiding: Een onderzoek naar de effecten van een fotoverhaal over diabetes bij laaggeletterden. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 36(3), 293-320.
- Green, M.C & Brock, T.C (2000) The role of transportation in the persuasiveness of public narratives, *Journal of personality and social psychology* 79(5), 701-721.
- Green, M.C. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38(2), 247-266.
- Hoeken, H., Hornikx, J.M.A & Hustinx, L.G.M.M. (2012). *Overtuigende teksten: Onderzoek en ontwerp*. Bossum: Coutinho.
- Hoeken, H. & Sinkeldam, J. (2014). The Role of Identification and Perception of Just Outcome in Evoking Emotions in Narrative Persuasion. *Journal of Communication*, 64, 935-955.
- Knowles, E. S. & Linn, J. A. (2004). *Resistance and persuasion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Mazzocco, P.J., Green, M.C., Sasota, J.A. & Jones, N.W. (2010). This story is not for everyone: Transportability and narrative persuasion. *Social Psychological and Personality Science*, 1(4), 361-368.
- McQueen, A., Kreuter M.W., Kalesan, B. & Alcaraz, K.I. (2011). Understanding narrative effects: The impact of breast cancer survivor stories on message processing, attitudes, and beliefs among African American women. *Health Psychology*, 30(6), 674-82.

- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages. *Communication Theory*, 18, 407-425.
- Moyer-Gusé, E., & Nabi, R.L. (2010). Explaining the persuasive effects of narrative in an education entertainment television program: overcoming resistance to persuasion. *Human Communication Research*, 36, 26-52.
- Moyer-Gusé, E., Chung, A.H. & Jain, P. (2011). Identification with Characters and Discussion of Taboo Topics After Exposure to an Entertainment Narrative About Sexual Health. *Journal of Communication*, 61(3), 387-406.
- Murphy, S.T., Frank, L.B., Moran, M.B. & Patnoe-Woodley, P. (2011). Involved, Transported, or Emotional? Exploring the Determinants of Change in Knowledge, Attitudes, and Behavior in Entertainment-Education. *Journal of Communication*, 61, 407-431.
- Murphy, S.T., Frank, L.B., Chatterjee, J.S. & Baezconde-Garbanati, L. (2013). Narrative versus Non-narrative: The Role of Identification, Transportation and Emotion in Reducing Health Disparities. *Journal of Communication*, 63(1), 116-137.
- O'Keefe, D.J. (2002). *Persuasion: Theory and Research*. Second Edition. Sage Publications, Inc.
- Tal-Or, N. & Cohen, J. (2010) Understanding audience involvement: Conceptualizing and manipulating identification and transportation. *Elsevier: Poetics*, 38, 402-418.
- Vermeulen, H. (2010). Evidence Based Practice bij kinderen. *Nederlands Tijdschrift voor Evidence Based Practice*, 8(1), pag. 3.
- Zaal, E.L., Mills, G.J., Hagen, A., Huisman, C.A. & Hoeks, J.C.J. (submitted). Convincing Conversations: Using a Computer-Based Dialogue System to Promote a Plant-Based Diet. 3627-3632.
- Zorg Innovatie Forum (2019). Het ZIF. Geraadpleegd op 28 februari 2019, <https://www.zorginnovatieforum.nl/wat-we-doen>

Bijlage 1 Informatieve tekst (conditie 1)

Het digitaal Ouderenpanel, een initiatief van het Zorg Innovatie Forum



De zorg is de afgelopen jaren aanzienlijk veranderd. De decentralisering van de zorg en de verandering van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving zijn hier voorbeelden van. Er wordt verwacht dat ouderen steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer zij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen. Als ouderen langer thuis blijven wonen en langer actief willen blijven deelnemen in

deze samenleving, hun eigen boodschappen willen doen en mensen willen ontmoeten, zullen er veranderingen moeten komen om dit te realiseren. Het is daarom belangrijk dat ouderen worden betrokken bij beleidsontwikkeling en uitvoering vanuit lokale overheden, woningcorporaties en dergelijke. Neem bijvoorbeeld de bankjes onderweg van iemands huis naar de supermarkt. Soms hebben ouderen de behoefte onderweg even te rusten of een praatje te maken, maar dan lopen zij tegen het probleem aan dat de bankjes veel te laag zijn. Hierdoor hebben zij moeite met opstaan. Het komt ook regelmatig voor dat er geen bankjes zijn waar ouderen hun rust op kunnen pakken. Het is daarom erg belangrijk dat ouderen worden betrokken bij dit soort thema's.

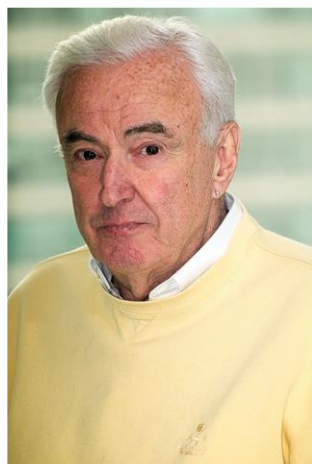
Het Zorg Innovatie Forum biedt ouderen de mogelijkheid hun mening te geven over hoe zij gelukkig en gezond oud willen worden en de thema's die hierbij belangrijk zijn. Hiervoor is het Zorg Innovatie Forum een digitaal Ouderenpanel gestart om de mening van ouderen te inventariseren. Doordat de vragenlijst digitaal met ouderen wordt gedeeld, kunnen ook de ouderen die te maken krijgen met een afnemende mobiliteit deelnemen. Het digitaal Ouderenpanel richt zich op alle vijftenzestigplussers in de noordelijke provincies: Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel. Doordat het Zorg Innovatie Forum een onafhankelijke netwerkorganisatie is met partners in de zorg, het sociale domein, woningcorporaties, kennisinstellingen en burgerinitiatieven, kan er ook daadwerkelijk een verschil worden gemaakt met de uitkomsten van de vragenlijsten. Ongeveer drie keer per jaar ontvangen panelleden een digitale vragenlijst over thema's waarvan zij hebben aangegeven deze belangrijk te vinden. Dit kunnen vragenlijsten zijn met onderwerpen als technologie, mobiliteit en openbaar vervoer, goede zorg, langer thuis blijven wonen en het onderhouden van een sociaal netwerk. Door ouderen de mogelijkheid te bieden hun mening te geven over deze thema's, kan er ook daadwerkelijk een verschil gemaakt worden en zullen ouderen ook oprecht gehoord worden.

Want zeg nou toch zelf: wie kan er het beste meepraten over hoe ouderen gezond en gelukkig oud kunnen worden? Dat zijn de ouderen natuurlijk zelf!

Bijlage 2 Narratieve tekst (conditie 2)

Onderstaande tekst betreft de tekst voor conditie 2. De narratieve tekst met de mannelijke verteller:

Wim Jansen (75 jaar), woonachtig in Beilen, Drenthe – Panellid digitaal Ouderenpanel, Zorg Innovatie Forum



“Ik merk heel erg dat de zorg de laatste jaren om mij heen is veranderd. Wij leven tegenwoordig in een participatiesamenleving en niet meer in de verzorgingsstaat van vroeger. De verzorgingshuizen sluiten en de huisartsenposten verdwijnen op het platteland. Er wordt van ons verwacht dat wij steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer wij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen. Als wij langer thuis blijven wonen en langer actief willen blijven deelnemen in deze samenleving, onze eigen boodschappen willen doen en mensen willen ontmoeten, zullen er bepaalde zaken moeten veranderen om dit te realiseren. Het is daarom belangrijk dat wij worden betrokken bij beleidsontwikkeling en uitvoering vanuit lokale overheden, woningcorporaties en dergelijke. Neem bijvoorbeeld de bankjes onderweg van mijn huis naar de supermarkt. Soms heb ik de behoefte onderweg even te rusten of een praatje te maken met iemand, maar dan loop ik tegen

het probleem aan dat de bankjes veel te laag zijn. Hierdoor heb ik moeite met opstaan. Het komt ook regelmatig voor dat er geen bankjes zijn waar ik even mijn rust op kan pakken. Het is daarom erg belangrijk dat wij ouderen worden betrokken bij dit soort thema's.

Het Zorg Innovatie Forum biedt mij de mogelijkheid mijn mening te geven over hoe ik gelukkig en gezond oud wil worden en de thema's die hierbij belangrijk zijn. Hiervoor is het Zorg Innovatie Forum een digitaal Ouderenpanel gestart om de mening van ons ouderen te inventariseren. Doordat de vragenlijst digitaal met mij wordt gedeeld, kan ik blijven deelnemen aan het panel ondanks het feit dat ik steeds slechter ter been ben. Het digitaal Ouderenpanel richt zich op alle vijftenzestigplussers in de noordelijke provincies: Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel. Doordat het Zorg Innovatie Forum een onafhankelijke netwerkorganisatie is met partners in de zorg, het sociale domein, woningcorporaties, kennisinstellingen en burgerinitiatieven, kan er ook daadwerkelijk een verschil worden gemaakt met de uitkomsten van mijn vragenlijst en die van mijn mede-panelleden. Ongeveer drie keer per jaar ontvang ik een digitale vragenlijst over thema's waarvan ik heb aangegeven deze belangrijk te vinden. U kunt hierbij denken aan onderwerpen als technologie, mobiliteit en openbaar vervoer, goede zorg, langer thuis blijven wonen en het onderhouden van een sociaal netwerk. Door mijn mening te geven over deze thema's kan er ook daadwerkelijk een verschil worden gemaakt en heb ik ook het gevoel dat er oprecht naar mij geluisterd wordt.

Want zeg nou toch zelf: wie kan er het beste meepraten over hoe ouderen gezond en gelukkig oud kunnen worden? Dat zijn wij natuurlijk zelf!”

Bijlage 3 Narratieve tekst (conditie 3)

Onderstaande tekst betreft de tekst voor conditie 3. De narratieve tekst met de vrouwelijke verteller:

Anita Jansen (75 jaar), woonachtig in Beilen, Drenthe – Panellid digitaal Ouderenpanel, Zorg Innovatie Forum



“Ik merk heel erg dat de zorg de laatste jaren om mij heen is veranderd. Wij leven tegenwoordig in een participatiesamenleving en niet meer in de verzorgingsstaat van vroeger. De verzorgingshuizen sluiten en de huisartsenposten verdwijnen op het platteland. Er wordt van ons verwacht dat wij steeds langer thuis blijven wonen, ook wanneer wij hierbij met kwetsbaarheid en afnemende mobiliteit te maken krijgen. Als wij langer thuis blijven wonen en langer actief willen blijven deelnemen in deze samenleving, onze eigen boodschappen willen doen en mensen willen ontmoeten, zullen er bepaalde zaken moeten veranderen om dit te realiseren. Het is daarom belangrijk dat wij worden betrokken bij beleidsontwikkeling en uitvoering vanuit lokale overheden, woningcorporaties en dergelijke. Neem bijvoorbeeld de bankjes onderweg van mijn huis naar de supermarkt. Soms heb ik de behoefte onderweg even te rusten of een praatje te maken met iemand, maar dan loop ik tegen het probleem aan dat de bankjes veel te laag zijn. Hierdoor heb ik moeite met opstaan. Het komt ook regelmatig voor dat er geen

bankjes zijn waar ik even mijn rust op kan pakken. Het is daarom erg belangrijk dat wij ouderen worden betrokken bij dit soort thema's.

Het Zorg Innovatie Forum biedt mij de mogelijkheid mijn mening te geven over hoe ik gelukkig en gezond oud wil worden en de thema's die hierbij belangrijk zijn. Hiervoor is het Zorg Innovatie Forum een digitaal Ouderenpanel gestart om de mening van ons ouderen te inventariseren. Doordat de vragenlijst digitaal met mij wordt gedeeld, kan ik blijven deelnemen aan het panel ondanks het feit dat ik steeds slechter ter been ben. Het digitaal Ouderenpanel richt zich op alle vijfenzestigplussers in de noordelijke provincies: Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel. Doordat het Zorg Innovatie Forum een onafhankelijke netwerkorganisatie is met partners in de zorg, het sociale domein, woningcorporaties, kennisinstellingen en burgerinitiatieven, kan er ook daadwerkelijk een verschil worden gemaakt met de uitkomsten van mijn vragenlijst en die van mijn mede-panelleden. Ongeveer drie keer per jaar ontvang ik een digitale vragenlijst over thema's waarvan ik heb aangegeven deze belangrijk te vinden. U kunt hierbij denken aan onderwerpen als technologie, mobiliteit en openbaar vervoer, goede zorg, langer thuis blijven wonen en het onderhouden van een sociaal netwerk. Door mijn mening te geven over deze thema's kan er ook daadwerkelijk een verschil worden gemaakt en heb ik ook het gevoel dat er oprecht naar mij geluisterd wordt.

Want zeg nou toch zelf: wie kan er het beste meepraten over hoe ouderen gezond en gelukkig oud kunnen worden? Dat zijn wij natuurlijk zelf!”

Bijlage 4 Vragenlijst (conditie 1)

Voor dit onderzoek zijn wij opzoek naar ouderen vanaf 65 jaar, woonachtig in Friesland, Groningen, Drenthe of Overijssel. Het onderzoek wordt uitgevoerd in het kader van een masterscriptie voor de Rijksuniversiteit Groningen, in opdracht van het Zorg Innovatie Forum. Voor meer informatie kunt u de website van het Zorg Innovatie Forum raadplegen (<https://www.zorginnovatieforum.nl>). Wij zijn erg benieuwd naar uw houding over thema's die momenteel spelen onder ouderen en wat u nodig heeft om gezond en gelukkig ouder te worden. Allereerst zult u een aantal algemene beantwoorden, waarna u een tekst te lezen krijgt. Op deze tekst zullen een aantal vragen volgen. Deelname aan de vragenlijst zal maximaal 10 minuten van uw tijd innemen. U start de vragenlijst door op het rode blokje met het pijltje rechts onderin te klikken.

Alvast hartelijk dank voor uw deelname!

Namens,

Anouk Rengelink (master-studente RUG) en het Zorg Innovatie Forum

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

Wat is uw geboortejaar?

.....

In welke provincie bent u woonachtig?

- ☐ Groningen
- ☐ Friesland
- ☐ Drenthe
- ☐ Overijssel
- ☐ Flevoland
- ☐ Gelderland
- ☐ Utrecht
- ☐ Noord-Holland
- ☐ Zuid-Holland
- ☐ Zeeland
- ☐ Noord-Brabant
- ☐ Limburg

Wat is uw woonomgeving?

- ☐ Stad
- ☐ Dorp
- ☐ Platteland

Wat is uw woonsituatie?

- ☐ Zelfstandig wonend
- ☐ Samenwonend met echtgeno(o)t(e)/partner
- ☐ Inwonend bij (klein)kinderen
- ☐ Wonende in een aanleunwoning
- ☐ Wonende in een woon-zorgcomplex
- ☐ Wonende in een serviceflat
- ☐ Overig, namelijk:

Nu krijgt u een tekst te lezen. Neem hier gerust uw tijd voor. Nadat u de tekst heeft gelezen kunt u op het rode blokje met het pijltje rechts onderin klikken. De vragenlijst zal zich dan hervatten.

Hier krijgt de participant de informatieve tekst van conditie 1 te lezen.

Welke thema's zijn voor u belangrijk omtrent gezond en gelukkig ouder worden? U moet minimaal 1 thema kiezen die u belangrijk vindt, maar meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- ☐ Technologie
- ☐ Openbare ruimtes afgestemd op ouderen
- ☐ Gezelschap
- ☐ Mobiliteit en openbaar vervoer
- ☐ Langer thuis kunnen blijven wonen
- ☐ Participeren in de samenleving en volwaardig mee blijven doen
- ☐ Begeleiding na ontslag ziekenhuis
- ☐ Goede zorg
- ☐ Gezonde voeding
- ☐ Mee kunnen beslissen over hoe u gezond en gelukkig oud zult worden

Druk rechts onderin op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

De volgende vragen gaan over uw houding met betrekking tot een digitaal Ouderenpanel. Vul steeds een score in van 1 tot 5. U doet dit door op het rondje te klikken onder het desbetreffende cijfer.

De mening van ouderen vragen over thema's die momenteel spelen vind ik...

Niet zinvol	1	2	3	4	5	Zinvol
Onbelangrijk	1	2	3	4	5	Belangrijk
Negatief	1	2	3	4	5	Positief

Ik zou het prettig vinden als mijn mening wordt gehoord over wat ik nodig heb om gezond en gelukkig oud te worden.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Een digitaal Ouderenpanel vind ik...

Onveilig	1	2	3	4	5	Veilig
Slecht	1	2	3	4	5	Goed
Moeilijk	1	2	3	4	5	Makkelijk
Inefficiënt	1	2	3	4	5	Efficiënt
Negatief	1	2	3	4	5	Positief
Oninteressant	1	2	3	4	5	Interessant

Ik zou het digitaal Ouderenpanel van het Zorg Innovatie Forum ook graag onder de aandacht willen brengen bij mensen uit mijn omgeving.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Nu volgen er een aantal stellingen over uw ervaring tijdens het lezen van de tekst. Vul steeds een score in van 1 tot 5. U doet dit door op het rondje te klikken onder het desbetreffende cijfer.

Tijdens het lezen van de tekst kon ik mij gemakkelijk een voorstelling maken van de beschreven belevenissen in het dagelijks leven van ouderen.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Tijdens het lezen voelde ik mij betrokken bij het verhaal.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

De tekst heeft invloed op mijn emoties gehad.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

De beschreven belevenissen in het dagelijks leven van ouderen zijn relevant voor mijn dagelijkse leven.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

De beschreven belevenissen in het dagelijks leven van ouderen hebben ook invloed op mijn leven.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Druk rechts onderin op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

In de tekst werd gesproken over het digitaal Ouderenpanel van het Zorg Innovatie Forum. De panelleden binnen het digitaal Ouderenpanel krijgen zo'n drie keer per jaar een digitale vragenlijst over thema's die zij belangrijk vinden. Het Zorg Innovatie Forum streeft erna dat ouderen ook echt worden gehoord en dat er daadwerkelijk een positief verschil gemaakt kan worden in hoe ouderen gezond en gelukkig oud kunnen worden. Druk rechtsonder op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

Zou u maximaal drie keer per jaar bereid zijn om een vragenlijst in te vullen die over thema's gaan in het teken van gezond en gelukkig ouder worden?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Zou u willen deelnemen aan het Digitaal Ouderenpanel Van Zorg Innovatie Forum Groningen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Wanneer iemand 'nee' antwoordt: Bent u bereid om uw besluit over de deelname aan het Digitaal Ouderenpanel te heroverwegen indien u extra informatie verschaft krijgt van het Zorg Innovatie Forum Groningen over het Digitaal Ouderenpanel?

- ☐ Ja, laat dan uw e-mailadres achter zodat het Zorg Innovatie Forum Groningen contact met u kan zoeken. E-mailadres:
- ☐ Nee

Wanneer iemand 'ja' antwoordt: Laat u e-mailadres onderstaand achter zodat het Zorg Innovatie Forum contact met u kan zoeken betreffende uw deelname aan het Digitaal Ouderenpanel.

.....

Afsluiting geen deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Afsluiting misschien deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst. U heeft aangegeven meer informatie te willen ontvangen over de werking en het belang van de Digitaal Ouderenpanel. Het Zorg Innovatie Forum zal na afronding van dit onderzoek zo spoedig mogelijk contact met u opnemen.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Afsluiting deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst en uw deelname aan het Digitaal Ouderenpanel. U zult na afronding van dit onderzoek zo spoedig mogelijk een e-mail van het Zorg Innovatie Forum ontvangen met aanvullende informatie over het digitaal Ouderenpanel.

Nogmaals hartelijk dank namens het Zorg Innovatie Forum en al onze partners. Samen met u kunnen wij ervoor zorgen dat ouderen worden gehoord en er zo voor kunnen zorgen dat u gezond en gelukkig ouder kunt worden.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Bijlage 5 Vragenlijst (conditie 2 en conditie 3)

Voor dit onderzoek zijn wij opzoek naar ouderen vanaf 65 jaar, woonachtig in Friesland, Groningen, Drenthe of Overijssel. Het onderzoek wordt uitgevoerd in het kader van een masterscriptie voor de Rijksuniversiteit Groningen, in opdracht van het Zorg Innovatie Forum. Voor meer informatie kunt u de website van het Zorg Innovatie Forum raadplegen (<https://www.zorginnovatieforum.nl>). Wij zijn erg benieuwd naar uw houding over thema's die momenteel spelen onder ouderen en wat u nodig heeft om gezond en gelukkig ouder te worden. Allereerst zult u een aantal algemene beantwoorden, waarna u een tekst te lezen krijgt. Op deze tekst zullen een aantal vragen volgen. Deelname aan de vragenlijst zal maximaal 10 minuten van uw tijd innemen. U start de vragenlijst door op het rode blokje met het pijltje rechts onderin te klikken.

Alvast hartelijk dank voor uw deelname!

Namens,

Anouk Rengelink (master-studente RUG) en het Zorg Innovatie Forum

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

Wat is uw geboortejaar?

.....

In welke provincie bent u woonachtig?

- ☐ Groningen
- ☐ Friesland
- ☐ Drenthe
- ☐ Overijssel
- ☐ Flevoland
- ☐ Gelderland
- ☐ Utrecht
- ☐ Noord-Holland
- ☐ Zuid-Holland
- ☐ Zeeland
- ☐ Noord-Brabant
- ☐ Limburg

Wat is uw woonomgeving?

- ☐ Stad
- ☐ Dorp
- ☐ Platteland

Wat is uw woonsituatie?

- ☐ Zelfstandig wonend
- ☐ Samenwonend met echtgeno(o)t(e)/partner
- ☐ Inwonend bij (klein)kinderen
- ☐ Wonende in een aanleunwoning
- ☐ Wonende in een woon-zorgcomplex
- ☐ Wonende in een serviceflat
- ☐ Overig, namelijk:

Nu krijgt u een tekst te lezen. Neem hier gerust uw tijd voor. Nadat u de tekst heeft gelezen kunt u op het rode blokje met het pijltje rechts onderin klikken. De vragenlijst zal zich dan hervatten.

Hier krijgt de participant de informatieve tekst van conditie 1 te lezen.

Welke thema's zijn voor u belangrijk omtrent gezond en gelukkig ouder worden? U moet minimaal 1 thema kiezen die u belangrijk vindt, maar meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- ☐ Technologie
- ☐ Openbare ruimtes afgestemd op ouderen
- ☐ Gezelschap
- ☐ Mobiliteit en openbaar vervoer
- ☐ Langer thuis kunnen blijven wonen
- ☐ Participeren in de samenleving en volwaardig mee blijven doen
- ☐ Begeleiding na ontslag ziekenhuis
- ☐ Goede zorg
- ☐ Gezonde voeding
- ☐ Mee kunnen beslissen over hoe u gezond en gelukkig oud zult worden

Druk rechts onderin op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

De volgende vragen gaan over uw houding met betrekking tot een digitaal Ouderenpanel. Vul steeds een score in van 1 tot 5. U doet dit door op het rondje te klikken onder het desbetreffende cijfer.

De mening van ouderen vragen over thema's die momenteel spelen vind ik...

Niet zinvol	1	2	3	4	5	Zinvol
Onbelangrijk	1	2	3	4	5	Belangrijk
Negatief	1	2	3	4	5	Positief

Ik zou het prettig vinden als mijn mening wordt gehoord over wat ik nodig heb om gezond en gelukkig oud te worden.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Een digitaal Ouderenpanel vind ik...

Onveilig	1	2	3	4	5	Veilig
Slecht	1	2	3	4	5	Goed
Moeilijk	1	2	3	4	5	Makkelijk
Inefficiënt	1	2	3	4	5	Efficiënt
Negatief	1	2	3	4	5	Positief
Oninteressant	1	2	3	4	5	Interessant

Ik zou het digitaal Ouderenpanel van het Zorg Innovatie Forum ook graag onder de aandacht willen brengen bij mensen uit mijn omgeving.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Nu volgen er een aantal stellingen over uw ervaring tijdens het lezen van de tekst. Vul steeds een score in van 1 tot 5. U doet dit door op het rondje te klikken onder het desbetreffende cijfer.

Tijdens het lezen van de tekst kon ik mij gemakkelijk een voorstelling maken van de belevenissen in het verhaal.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

Tijdens het lezen voelde ik mij betrokken bij het verhaal.

Helemaal mee oneens	1	2	3	4	5	Helemaal mee eens
---------------------	---	---	---	---	---	-------------------

De tekst heeft invloed op mijn emoties gehad.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

De belevenissen in de tekst zijn relevant voor mijn dagelijkse leven.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

De belevenissen in de tekst hebben invloed op mijn leven.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Tijdens het lezen had ik een levendig beeld van Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3).

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Ik denk dat ik Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) goed begreep.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Ik interpreteerde de belevenissen in het verhaal zoals Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) ze interpreteerde.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Tijdens het lezen van de tekst had ik het gevoel dat ik in het hoofd van Wim (conditie 2)/Anita (conditie 3) kon kijken.

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 Helemaal mee eens

Druk rechts onderin op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

In de tekst werd gesproken over het digitaal Ouderenpanel van het Zorg Innovatie Forum. De panelleden binnen het digitaal Ouderenpanel krijgen zo'n drie keer per jaar een digitale vragenlijst over thema's die zij belangrijk vinden. Het Zorg Innovatie Forum streeft erna dat ouderen ook echt worden gehoord en dat er daadwerkelijk een positief verschil gemaakt kan worden in hoe ouderen gezond en gelukkig oud kunnen worden. Druk rechtsonder op het rode blokje met het pijltje om door te gaan.

Zou u maximaal drie keer per jaar bereid zijn om een vragenlijst in te vullen die over thema's gaan in het teken van gezond en gelukkig ouder worden?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Zou u willen deelnemen aan het Digitaal Ouderenpanel Van Zorg Innovatie Forum Groningen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Wanneer iemand 'nee' antwoordt: Bent u bereid om uw besluit over de deelname aan het Digitaal Ouderenpanel te heroverwegen indien u extra informatie verschaft krijgt van het Zorg Innovatie Forum Groningen over het Digitaal Ouderenpanel?

- ☐ Ja, laat dan uw e-mailadres achter zodat het Zorg Innovatie Forum Groningen contact met u kan zoeken. E-mailadres:
- ☐ Nee

Wanneer iemand 'ja' antwoordt: Laat u e-mailadres onderstaand achter zodat het Zorg Innovatie Forum contact met u kan zoeken betreffende uw deelname aan het Digitaal Ouderenpanel.

.....

Afsluiting geen deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Afsluiting misschien deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst. U heeft aangegeven meer informatie te willen ontvangen over de werking en het belang van de Digitaal Ouderenpanel. Het Zorg Innovatie Forum zal na afronding van dit onderzoek zo spoedig mogelijk contact met u opnemen.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Afsluiting deelname aan het Digitaal Ouderenpanel

Wij willen u hartelijk danken voor uw deelname aan deze online vragenlijst en uw deelname aan het Digitaal Ouderenpanel. U zult na afronding van dit onderzoek zo spoedig mogelijk een e-mail van het Zorg Innovatie Forum ontvangen met aanvullende informatie over het digitaal Ouderenpanel.

Nogmaals hartelijk dank namens het Zorg Innovatie Forum en al onze partners. Samen met u kunnen wij ervoor zorgen dat ouderen worden gehoord en er zo voor kunnen zorgen dat u gezond en gelukkig ouder kunt worden.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot dit onderzoek of op de hoogte wilt blijven van de uitkomsten van dit onderzoek, kunt u contact opnemen via a.g.rengelink@student.rug.nl

Colofon

Auteur: Anouk Rengeling
Titel: De digitale stem van ouderen – Experimenteel onderzoek naar het effect van het gebruik van een narratieve versus informatieve tekst op de attitude en intentie van ouderen om deel te nemen aan een digitaal Ouderenpanel.
Een uitgave van: Wetenschapswinkel Taal, Cultuur & Communicatie
Rijksuniversiteit Groningen
Begeleiding: Yfke Ongena
In opdracht van: Zorg Innovatie Forum
Verkoopprijs: €12,50
Uitgave: Juli 2019

Contact

Wetenschapswinkel Taal, Cultuur & Communicatie
Postbus 716
9700 AS Groningen
tawi@rug.nl
@ScienceShopsRug

English summary

In this study, we tested the effect of narratives versus informative persuasive messages regarding a digital elderly panel. Healthcare in the Netherlands is changing, so the Zorg Innovatie Forum believes it is important that older people are more involved in developments that affects them. An experiment was developed with three conditions: informative, narrative with a male narrator and a narrative with a female narrator. A total of 108 participants were randomly assigned to one of the three conditions. They participated in an online survey, consisting of questions regarding, attitude, intention, transportation and identification. The results showed that participants did not scored higher on attitude and intention in the narrative condition than in the informative condition. The gender of the narrator also appeared to have no influence on attitude and intention. How higher the transportation and identification, how higher the attitude. Identification is not a significant predictor for intention. A total of 57% wants to participate in the digital elderly panel. The results suggest that the literature about narratives does not apply to elder people. Elder people have other reasons and motives why they do or do not want to participate in the digital elderly panel. What these reasons are will have to be investigated in follow-up research.